



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
ICADE

La historia socioeconómica a través de las artes plásticas:

Cambios en los modelos de consumo doméstico y su reflejo en el *Pop Art* estadounidense de 1950 a 1973.

Una revisión crítica a través de artistas femeninas y sus obras.

Autor: Lucía Peñamaría Cancelo
Director: María Eugenia Ramos Fernández

MADRID | Junio 2024

Resumen:

El siguiente trabajo analiza los cambios en los modelos de consumo y estilo de vida en Estados Unidos durante la posguerra, y su reflejo en el movimiento artístico del Pop Art desde una perspectiva feminista. A través de un enfoque cualitativo y deductivo, se examinan obras de artistas femeninas del Pop Art, destacando su contribución y crítica a la sociedad consumista y los roles de género, clase y raza de la época.

El estudio se estructura en varias secciones, comenzando con un contexto histórico del *American Way of Life* y los nuevos modelos de consumo que surgieron tras la Segunda Guerra Mundial. Luego, se analiza el desarrollo del Pop Art y su relación con la sociedad, seguido de un estudio de casos específicos de obras de artistas femeninas dividido en 5 epígrafes que aportan una visión general de los aspectos más significativos de la vida de la posguerra estadounidense. Finalmente, se reflexiona sobre la intersección entre el arte y los cambios socioeconómicos, subrayando la importancia de una historiografía del arte más inclusiva y equitativa.

Este trabajo contribuye a la visibilización de las artistas femeninas y su papel en la crítica de las estructuras de género, raza y clase, proponiendo nuevas formas de entender la identidad y el empoderamiento femenino, además de nuevas maneras de analizar la historia socioeconómica.

Palabras clave:

Pop Art, consumo, feminismo, *American Way of Life*, historiografía del arte

Abstract:

The following paper analyses the changes in consumption and lifestyle patterns in the United States during the post-war period, and their reflection in the Pop Art movement from a feminist perspective. Through a qualitative and deductive approach, works by female Pop Art artists are examined, highlighting their contribution to and critique of the consumerist society and the gender, class and racial roles of the time.

The study is structured in several sections, beginning with a historical context of the American Way of Life and the new models of consumption that emerged after World War II. Next, the development of Pop Art and its relationship to society is analysed, followed by a specific case study of works by female artists divided into 5 headings that provide an overview of the most significant aspects of postwar American life. Finally, it reflects on the intersection between art and socioeconomic changes, underlining the importance of a more inclusive and equitable art historiography.

This work contributes to the visibilisation of female artists and their role in the critique of gender, race and class structures, proposing new ways of understanding female identity and empowerment, as well as new ways of analysing socioeconomic history.

Key words:

Pop Art, consumption, feminism, American Way of Life, art historiography.

Índice

1. Introducción y estado de la cuestión	6
2. Objetivos y metodología	8
3. La vida cotidiana en Estados Unidos: Contexto y aspectos socioeconómicos	8
3.1. El American Way of Life: triunfo del estado de bienestar tras la Segunda Guerra Mundial.....	8
3.2. La vida doméstica: los nuevos modelos de consumo	12
4. Pop Art: inicios y desarrollo del arte estadounidense de los 50 hasta los 70.....	14
4.1. Desde ‘Independent Group’ a ‘The Factory’	14
4.2. La sociedad de consumo a través del Pop Art	16
5. Análisis socioeconómico a través del Pop Art: un estudio de obras realizadas por artistas femeninas representativas	17
5.1. El auge del consumismo: publicidad y marcas icónicas.....	18
5.2. El hogar suburbano y la familia ideal	22
5.3. La revolución del supermercado o de los grandes almacenes	26
5.4. La moda y la cultura popular	30
5.5. Situación política y guerras.....	36
6. Conclusión.....	41
Bibliografía.....	44

Anexo obras	48
Figura 1: <i>Fountain</i> , Marcel Duchamp, 1917	48
Figura 2: <i>Campbell's Soup Can (Tomato)</i> , Andy Warhol, 1962.....	49
Figura 3: <i>Love</i> , Marisol Escobar, 1962.....	50
Figura 4: <i>Nestle's box</i> , Marjorie Strider, 1973	51
Figura 5: <i>NRA</i> , Dorothy Grebenak, 1963.....	52
Figura 6: <i>Red Stripe Kitchen</i> , Martha Rosler, 1967-1972	53
Figura 7: <i>The Family</i> , Marisol Escobar, 1963	54
Figura 8: <i>Slides of Market Basket</i> , Corita Kent, 1963	55
Figura 9: <i>The store of Claes Oldenburg</i> , Elaine Sturtevant, 1967.....	56
Figura 10: <i>Hamburger and lettuce on plate</i> , Elaine Sturtevant, 1967	57
Figura 11: <i>Now is the time II</i> , Kiki Kogelnik, 1973	58
Figura 12: <i>Green triptych</i> , Marjorie Strider, 1963	59
Figura 13: <i>Marilyn pursued by death</i> , Rosalyn Drexler 1967	60
Figura 14: <i>Château Barlow</i> , France Cristini, 1963	61
Figura 15: <i>Cleaning the drapes</i> , Martha Rosler, 1967-1972	62
Figura 16: <i>Valentine</i> , Evelyne Axell, 1966.....	63

1. Introducción y estado de la cuestión

El pop art, nacido en la década de 1950 en el Reino Unido y posteriormente popularizado en Estados Unidos, es un movimiento artístico que se distingue por su enfoque en la cultura popular y su crítica-celebración de la sociedad consumista. Inspirado por la publicidad y los medios de comunicación, incorpora imágenes de la cultura de masas, explorando la banalidad de la vida cotidiana y objetos efímeros. Este movimiento no solo reflejó la cultura de su tiempo, sino que también dejó un impacto duradero en la percepción del arte contemporáneo (Eisenman, 2022). También cambió la relación e intersección entre la alta cultura, asociada con la élite intelectual o aristócrata, caracterizada por su exclusividad y sofisticación, y la baja cultura, relacionada con la cultura popular y accesible al público en general (Williams, 2012).

Aunque el concepto de la cultura pop del que proviene el nombre de este movimiento ya se llevaba utilizando desde principios de los 50, el término Pop Art fue acuñado en 1954 por Lawrence Alloway, un conocido crítico inglés que posteriormente se mudaría a Nueva York (Harrison, 2001). El movimiento comenzó en el Reino Unido de la mano del ICA¹ y del Independent Group², pero la ubicación clave fue Estados Unidos, donde, casi simultáneamente, jóvenes artistas interesados en la incipiente corriente artística comenzaron a desarrollar el movimiento desde el punto de vista de la cultura de consumo (Honnef, 2004).

El análisis del Pop Art como base y guía para reflejar los cambios en los patrones de consumo de la sociedad ha sido extenso. Sin embargo, la investigación ha relegado a un segundo plano la participación de las mujeres en este movimiento. Existen algunos estudios sobre artistas femeninas del Pop Art, pero estos son escasos en comparación con los enfocados en sus contrapartes masculinas. Esta subrepresentación no es única del Pop Art, sino que refleja un patrón histórico más amplio en la historiografía del arte.

Linda Nochlin (1971), en su ensayo *Why Have There Been No Great Women Artists?*, argumenta que las mujeres han sido excluidas del arte no por una falta de talento inherente, sino debido a barreras sociales y culturales que las han mantenido fuera de las

¹ El Instituto de Arte Contemporáneo (ICA) es una institución británica fundada en 1946 en Londres, conocida por su apoyo y promoción de las artes contemporáneas. Fue un espacio crucial para el desarrollo del Pop Art.

² El Independent Group fue un colectivo de artistas, críticos y arquitectos que se formó en el Instituto de Arte Contemporáneo (ICA) de Londres en 1952, conocido por su papel fundamental en el desarrollo del Pop Art.

instituciones artísticas. Estas exclusiones han resultado en una historiografía del arte que favorece a los artistas masculinos, reforzando la idea equivocada de que las mujeres no han alcanzado niveles altos de éxito artístico.

Además, la perspectiva feminista en el Pop Art se ha desarrollado a partir de una crítica que no solo aborda la representación de la mujer y la reivindicación de su papel como creadoras, sino también la evolución de la economía y los sistemas culturales, reflejando un análisis integral de la sociedad y su estructura. Lucy R. Lippard (1976) argumenta que si las principales figuras del Pop Art hubieran sido mujeres, el movimiento podría haber sido desestimado como mera producción de arte doméstico, sin embargo, debido a que fueron principalmente hombres quienes crearon obras basadas en productos de consumo, se percibió como una ruptura innovadora en el arte.

Con este trabajo de investigación se pretende examinar el cambio de estos patrones, enfocándose en las aportaciones de las artistas femeninas. A través de él, se busca visibilizar a las mujeres cuya contribución ha sido menos estudiada, destacando su papel y la perspectiva única que aportaron. Además se espera contribuir al desarrollo de áreas menos exploradas, resaltando la importancia de las obras de estas artistas y cómo abordaron y criticaron las estructuras de género, raza y clase.

El trabajo se estructura en varias secciones que permiten un análisis comprensivo y coherente del tema. La primera parte contextualiza históricamente el Pop Art, situándolo dentro de los cambios socioeconómicos de la época, con un enfoque en el *American Way of Life* y los nuevos modelos de consumo que surgieron después de la Segunda Guerra Mundial. A continuación, se examina el Pop Art como movimiento artístico, desde sus orígenes con el 'Independent Group' hasta su expansión en los Estados Unidos con 'The Factory', enfatizando su relación con la sociedad de consumo de la época. Posteriormente, se lleva a cabo un estudio de casos mediante epígrafes generales que enmarcan aspectos cotidianos de la época, permitiendo así un análisis detallado del contexto socioeconómico y cultural a través de las obras de las principales artistas femeninas del Pop Art. Finalmente, el trabajo concluye con una reflexión sobre las conexiones entre el desarrollo del Pop Art y los cambios socioeconómicos en Estados Unidos, y cómo estos se reflejan en la cultura empresarial y de consumo. Este análisis pretende proporcionar una comprensión integral de la influencia de este movimiento artístico en la sociedad norteamericana de los años 50 hasta principios de los 70.

2. Objetivos y metodología

El objetivo general de este trabajo es analizar los cambios en los patrones de consumo y estilo de vida norteamericanos de la posguerra. Esto nos hará entender el enfoque de la vida cotidiana y doméstica a través de la historiografía de la corriente del Pop Art de artistas femeninas.

Para alcanzar los objetivos propuestos, se empleó una metodología cualitativa con un enfoque deductivo. La investigación partió de teorías generales sobre el Pop Art, aplicándolas al análisis de obras específicas de artistas femeninas. Se realizó una revisión selectiva de la literatura relevante que trataba tanto el movimiento como los acontecimientos históricos del momento, incluyendo libros, artículos académicos, catálogos de exposiciones y fuentes en línea. Estas fuentes permitieron la base teórica y el estudio coherente del Pop Art desde una perspectiva socioeconómica y de género, aportando nuevas contribuciones al campo de la historiografía del arte.

El análisis incluyó tanto un examen visual como contextual de las obras representativas de artistas femeninas. El análisis visual evaluó sobre todo temas y mensajes implícitos, mientras que el análisis contextual consideró el entorno histórico y socioeconómico en el que se crearon las obras. Además, se realizó un estudio comparativo entre las obras de mujeres y sus contrapartes masculinas para identificar diferencias y similitudes en enfoques y temas, y así utilizar el análisis existente para abordar el trabajo de estas artistas.

3. La vida cotidiana en Estados Unidos: Contexto y aspectos socioeconómicos

3.1. *El American Way of Life*: triunfo del estado de bienestar tras la Segunda Guerra Mundial

En cuanto al contexto histórico que enmarca la aparición y desarrollo de este movimiento artístico, nos remontamos al periodo de la posguerra a partir de 1945, año en el que finalizó la Segunda Guerra Mundial. En este momento, comenzó una nueva etapa marcada por la prosperidad económica, el auge de los suburbios, los avances tecnológicos, los grandes coches y los bienes de consumo en general.

Además, es importante mencionar el impacto del New Deal de Roosevelt, un conjunto de políticas implementadas durante la Gran Depresión en la década de 1930.

Estas buscaban revitalizar la economía estadounidense mediante reformas y programas de ayuda social y económica, las cuales no solo colaboraron a la hora de sacar a Estados Unidos de la depresión, sino que también sentaron las bases para el crecimiento económico sin precedentes que se experimentó después de la Segunda Guerra Mundial (Balaam & Dillman, 2018).

Tras dicho conflicto, Estados Unidos emergió como una potencia económica indiscutible, experimentando un gran crecimiento que apenas se vio afectado por los estragos de la guerra. Esto fue debido a su alejada ubicación geográfica de los principales campos de batalla, la movilización masiva de sus recursos, y a la rápida expansión de su capacidad industrial para satisfacer las demandas militares (George, 2012). Su Producto Nacional Bruto aumentó significativamente y al concluir la guerra, poseía casi dos tercios de la producción industrial mundial. En 1950, Estados Unidos controlaba alrededor del 60% del capital de todos los países capitalistas avanzados, generando aproximadamente el 60% de toda la producción (Hobsbawm, 1994). Este hecho permitió una rápida transición de la producción militar a la producción civil.

Pero para Estados Unidos, la guerra no finalizó ahí. Las profundas diferencias ideológicas con la Unión Soviética, representantes de sistemas políticos y económicos opuestos (capitalismo y comunismo), dieron lugar a la Guerra Fría. La psicología de desconfianza entre ambos se fundamentó en realidades políticas y económicas. Washington percibía a Europa debilitada después de la Segunda Guerra Mundial, con Francia y Gran Bretaña vulnerables a la influencia soviética y los partidos comunistas. Esta preocupación se centraba en evitar un dominio comunista en Europa y prevenir un vacío de poder en los antiguos imperios coloniales, lo que podía amenazar la estabilidad del mercado mundial, crucial para la economía estadounidense. Así, la Guerra Fría no solo afectó las relaciones internacionales, sino que también influyó en la política interna de diversos países y generó consecuencias económicas significativas, como el auge de la industria armamentística a nivel mundial (Fontana, 2011).

En este contexto de rivalidades ideológicas y tensiones internacionales, la Guerra de Vietnam (1955-1975) supuso un conflicto clave que impactó profundamente la vida cotidiana y el panorama socioeconómico en Estados Unidos. Aunque comenzó a colaborar con Vietnam del Sur años antes, enviando asesores militares y asistencia económica, fue a partir de 1965 cuando se desplegaron las primeras tropas de combate estadounidenses. La guerra no solo drenó recursos económicos significativos, sino que

también generó una profunda división social y política dentro del país, que resultó en protestas masivas y movimientos contraculturales que desafiaron el status quo. Esta guerra fue costosa tanto en términos financieros como humanos, y su prolongación exacerbó las tensiones raciales y sociales ya existentes, cuestionando la percepción del *American Way of Life* y la noción de prosperidad continua (Schulzinger, 1997).

A pesar de las tensiones geopolíticas y las preocupaciones sobre la expansión comunista en Europa, Estados Unidos mantuvo una posición de liderazgo respaldada por su fuerza militar y su poder económico. El papel central en la configuración del orden mundial de la posguerra, le permitió enfrentar los desafíos planteados por la Guerra Fría (Hobsbawm, 1994).

En este contexto y por la influencia de la ya mencionada guerra, el lanzamiento del Plan Marshall en junio de 1947 y aprobado en abril de 1948, se convirtió en un hito significativo. Diseñado por Estados Unidos para reconstruir Europa y contener la expansión del comunismo, este plan proporcionó asistencia financiera y material a las naciones europeas, fortaleciendo los lazos económicos internacionales y estimulando la demanda de productos estadounidenses. Además de garantizar el liderazgo económico de Estados Unidos en la región, el Plan Marshall actuó como un catalizador para el crecimiento económico sostenido de la posguerra (Villares & Bahamonde, 2012).

La rápida transición de la producción militar a la civil aprovechando las tecnologías desarrolladas durante la guerra, junto con la influencia del Plan Marshall, impulsó la economía estadounidense hacia una era de prosperidad sin precedentes, conocida como los "30 años gloriosos" o la "edad de oro". Desde el final de la Segunda Guerra Mundial hasta aproximadamente 1973, se experimentó un crecimiento económico constante, acompañado de una estabilidad laboral notable y una mejora significativa en las condiciones de vida de la población. Esto contribuyó a la consolidación de una clase media con mayor poder adquisitivo, impulsando el consumo interno y fortaleciendo la economía del país. (Fontana, 2011).

Muchos gobiernos occidentales incluido el estadounidense, lograron implementar políticas sociales y económicas que antes de 1939 hubieran sido inviables. Este período vio la consolidación de las conquistas sociales a través de medidas propias de un estado intervencionista, como políticas asistenciales, salario mínimo y subsidios al desempleo, siguiendo el modelo del New Deal de Roosevelt, anteriormente citado (Balaam &

Dillman, 2018). Estas políticas reflejaron un compromiso renovado con el bienestar y la seguridad económica de la población, sentando las bases para el surgimiento del *American Way of Life*.

La noción del "sueño americano" se arraigó en la sociedad estadounidense durante la expansión del estado de bienestar, reflejando la creencia en la movilidad de clases y las oportunidades de éxito para todos, independientemente de su origen social (Samuel, 2017). Este ideal se convirtió en una narrativa central que encapsula las aspiraciones individuales y colectivas por una vida mejor, respaldada por un sistema que garantiza un nivel mínimo de seguridad y bienestar para todos sus ciudadanos (Villares & Bahamonde, 2012).

Sin embargo, esta visión idílica del sueño americano no se aplicaba uniformemente a toda la sociedad, ya que las realidades de la discriminación racial, de género y de clase evidenciaban una brecha significativa entre los ideales democráticos y la experiencia cotidiana de muchos estadounidenses. El acceso desigual a los recursos económicos y sociales, junto con las percepciones arraigadas sobre el lugar de las mujeres y las minorías en la sociedad, moldearon no solo los patrones de consumo, sino también las luchas por la justicia social y la igualdad de derechos (BBC News Mundo, 2019; U.S. Commission on Civil Rights, 1980).

Durante el segundo mandato de Eisenhower (1956-1960), Estados Unidos enfrentó problemas como la recesión económica, la corrupción en la administración y las tensiones raciales exacerbadas por la lucha por los derechos civiles. La resistencia a la integración racial, evidenciada por ejemplo en los violentos incidentes en Little Rock³, Arkansas, en 1957, y el respaldo ambivalente de Eisenhower a la lucha por los derechos civiles, subrayan las complejas realidades de la diversidad socioeconómica y racial en Estados Unidos durante este período tumultuoso (Boyle, 2004).

Por otra parte, durante el mandato de Kennedy, aunque se observaron avances simbólicos en la lucha por los derechos civiles, como su anuncio en 1963 de presentar una ley de derechos civiles ante el Congreso, su enfoque pragmático respecto a la cuestión racial también reflejó las tensiones de la época. Si bien expresó simpatía hacia la

³ En 1957, nueve estudiantes afroamericanos intentaron asistir a la anteriormente segregada Central High School en Little Rock, Arkansas. Fueron bloqueados por la Guardia Nacional bajo órdenes del gobernador. Esto provocó una crisis nacional, y el presidente Eisenhower envió tropas federales para garantizar su entrada segura, marcando un hito en la lucha por la desegregación escolar y los derechos civiles.

población afroamericana y reconoció la necesidad de reformas, también se preocupó por mantener el apoyo de la comunidad blanca y evitó tomar medidas que pudieran desencadenar conflictos internos que comprometieran la imagen de la democracia estadounidense en medio de la Guerra Fría. Este equilibrio delicado entre las demandas de igualdad y los intereses políticos y estratégicos evidencia la complejidad de la diversidad socioeconómica y racial en la historia de Estados Unidos (Fontana, 2011).

3.2. La vida doméstica: los nuevos modelos de consumo

A lo largo de las décadas, la dinámica de la vida doméstica y los modelos de consumo en los Estados Unidos han experimentado una gran transformación. La búsqueda de una vida mejor y más próspera ha estado intrínsecamente ligada a los hábitos de consumo y las aspiraciones individuales y familiares desde la consolidación del sueño americano en la posguerra hasta el presente. En este contexto, el papel del estado de bienestar ha sido crucial al crear un ambiente que fomente la seguridad económica y el bienestar social.

La principal ideología tras el *American Way of Life* era un estilo de vida de consumo respaldado por un sistema fundamentado en la libre empresa, impulsado por la creencia en la libertad individual y el derecho a buscar la prosperidad material (Samuel, 2017). La economía, antes orientada hacia la producción bélica, se reorientó hacia la fabricación de bienes de consumo, y el capitalismo estadounidense alcanzó su máxima expresión. En el año 1950, Estados Unidos contaba con aproximadamente el 60 por ciento de todas las existencias de capital entre los países capitalistas avanzados y generaba alrededor del 60 por ciento de la producción total de dichos países (Hobsbawm, 1994).

El aumento en la capacidad productiva posterior a la guerra llevó a una disponibilidad masiva de bienes de consumo para la población, lo que impulsó la adopción de nuevas técnicas de producción en masa, como la línea de ensamblaje de Henry Ford. Esta transformación permitió la fabricación a gran escala, la reducción de costes y una mayor disponibilidad de bienes en el mercado, lo que generó un cambio significativo en los hábitos de la sociedad, con un aumento notable en los niveles de consumo (Hobsbawm, 1994).

Por otra parte, la publicidad y la propaganda desempeñaban un papel crucial en la promoción de este estilo de vida consumista, presentándolo como un medio para alcanzar la felicidad y la realización personal. Un ejemplo emblemático de esta influencia se evidenció en la campaña publicitaria que presentaba el lema “There's no way like the

American Way”, superpuesto sobre familias felices participando en la abundancia disfrutada por los miembros más privilegiados de la clase media blanca. (Samuel, 2017). Esta representación idealizada no solo reforzaba la percepción del *American Way of Life* como el modelo a seguir, sino que también contribuía a perpetuar y normalizar los hábitos de consumo asociados a él.

A partir de los años 50, la publicidad experimentó un cambio significativo en su alcance y enfoque. Ya no se limitaba únicamente a la promoción de productos de consumo diario, como los alimentos envasados de supermercado o el tabaco, sino que se expandió para incluir productos más lujosos y aspiracionales, como automóviles y viviendas. Este cambio reflejó no solo el boom económico que caracterizó la época, sino también otros factores sociales y demográficos, como el “baby boom”. El crecimiento demográfico impulsó el movimiento de las familias a los suburbios, lo que a su vez estimuló la industria de la construcción y generó una mayor demanda de modos de transporte familiar, como los automóviles (Fox, 1984).

A medida que la publicidad incluía una gama más amplia de productos y servicios, la televisión en Estados Unidos desempeñó un papel fundamental en la difusión de estos mensajes publicitarios. Durante los años 50 en adelante, la televisión se convirtió en un medio de comunicación dominante en los hogares estadounidenses, llegando a audiencias masivas con programación variada y atractiva (Barnouw, 1982).

Los anuncios se volvieron cada vez más sofisticados y persuasivos, aprovechando el poder visual y auditivo del medio para promover productos desde automóviles y electrodomésticos hasta viviendas (Fox, 1984). De hecho, ya en 1950, los alimentos, medicamentos, productos de limpieza y artículos de tocador, vendidos a través de supermercados, representaban más del 60% de los ingresos de la industria de la publicidad. La popularidad creciente de la televisión coincidió con el auge económico y la expansión de la clase media en Estados Unidos, lo que proporcionó un público receptivo y ávido de consumir el estilo de vida que se promocionaba en pantalla. La televisión se convirtió en un canal clave para la publicidad que influyó en las decisiones de compra y en la forma en que las familias estadounidenses percibían y buscaban el éxito y el bienestar material (Barnouw, 1982).

En el contexto de la evolución de la vida doméstica y los paradigmas de consumo en los Estados Unidos, resulta imperativo examinar el rol de las mujeres, especialmente

durante las décadas de 1950 y 1960. Este período presenció una transformación radical en la estructura social y familiar, que modificó profundamente la percepción que las mujeres tenían de sí mismas y en su posición dentro de la sociedad consumista. Inicialmente, predominaba la concepción de la mujer como ama de casa, encargada del cuidado del hogar y la crianza de los hijos, mientras que los hombres asumían roles de proveedores económicos. Sin embargo, este modelo tradicional comenzó a ser desafiado a medida que más mujeres accedían a la educación superior y al mercado laboral.

La entrada masiva de mujeres casadas al mercado laboral representó un cambio significativo en la dinámica socioeconómica. En 1940, las mujeres casadas que trabajaban representaban menos del 14% de la población femenina en los Estados Unidos. Para 1970, esta cifra había aumentado considerablemente, duplicándose entre 1950 y 1970. Esta entrada tuvo un gran impacto tanto en la economía como en la sociedad, ya que muchas mujeres buscaban trabajo para obtener libertad y autonomía, independientemente de la necesidad económica. (Hobsbawm, 1994).

El movimiento feminista cobró fuerza en la segunda mitad del siglo XX, sobre todo tras la publicación de Betty Friedan *The Feminine Mystique* en 1963. Este desafió las normas de género establecidas, abogando por la igualdad de oportunidades y el reconocimiento de las capacidades de las mujeres más allá del ámbito doméstico.

El ascenso de las mujeres casadas al mercado laboral alimentó el crecimiento del movimiento feminista y generó cambios significativos en la cultura de consumo. A medida que ganaban control sobre sus decisiones de consumo y demandaban productos y servicios que reflejaran sus necesidades y aspiraciones individuales, surgieron nuevos mercados dirigidos específicamente a ellas, desafiando las normas de género y redefiniendo el panorama económico y cultural (Hobsbawm, 1994).

4. Pop Art: inicios y desarrollo del arte estadounidense de los 50 hasta los 70

4.1. Desde 'Independent Group' a 'The Factory'

El Pop Art, término acuñado por el crítico inglés Lawrence Alloway en 1954, emergió como un movimiento artístico significativo en la década de 1950, caracterizado por su enfoque en la cultura popular y la crítica a la sociedad consumista. Este movimiento tuvo sus orígenes en el Reino Unido con el Independent Group, un colectivo de artistas y críticos que se reunía en el Instituto de Arte Contemporáneo (ICA) en

Londres (Eisenman, 2022). Fundado en 1952, el Independent Group exploraba la integración de la tecnología y la cultura popular en el arte, desafiando las nociones tradicionales del arte y proponiendo nuevas formas de entender la cultura visual contemporánea (Whitham, 2018).

Uno de los eventos más significativos organizados por este grupo de artistas fue la exposición "This is Tomorrow", en la Whitechapel Gallery de Londres en 1956, la cual se centró en la colaboración interdisciplinaria y la integración de la cultura popular en el arte. Richard Hamilton, uno de los principales organizadores, presentó su icónica obra *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?*, considerada una de las primeras manifestaciones del Pop Art al utilizar imágenes de revistas y publicidad para criticar y a la vez celebrar la cultura de consumo (Whitham, 2018). Esta exposición no solo marcó el inicio oficial del Pop Art en el Reino Unido sino que también atrajo la atención internacional, preparando el terreno para su desarrollo en Estados Unidos (Selvin, 2016).

Allí, el Pop Art encontró su mayor expresión y desarrollo durante la década de 1960, con artistas tan relevantes como Andy Warhol, Roy Lichtenstein y Claes Oldenburg. Estos artistas adoptaron y ampliaron las ideas de este movimiento utilizando imágenes y técnicas de la cultura de masas para crear obras que reflejaban la sociedad estadounidense de la época (Eisenman, 2022).

Warhol, una figura central del Pop Art, estableció su estudio conocido como The Factory en 1962, convirtiéndolo en un epicentro cultural en el que adoptó un enfoque de producción en masa para su arte replicando métodos de producción industrial. Obras como las latas de sopa Campbell y los retratos de Marilyn Monroe se convirtieron en iconos del Pop Art, reflejando la obsesión de Warhol con la reproducción y la banalidad de los objetos cotidianos (Alloway, 1974). La influencia tanto de Andy Warhol como de su estudio fue profunda y duradera, y no solo transformó la manera en que se producía y percibía el arte, sino que también influyó en la cultura en su conjunto (Selvin, 2016).

El desarrollo del Pop Art desde el Independent Group en el Reino Unido hasta The Factory de Andy Warhol en Nueva York demuestra una evolución significativa en la utilización de imágenes y técnicas de la cultura popular para reflejar y criticar la sociedad contemporánea (Whitham, 2018). Este movimiento redefinió el arte moderno y dejó un impacto duradero en la cultura visual y popular (Eisenman, 2022).

4.2. La sociedad de consumo a través del Pop Art

El Pop Art reflejó y criticó la sociedad de consumo estadounidense al incorporar imágenes de la cultura de masas y productos cotidianos en sus obras. Los artistas de este movimiento se inspiraron en la publicidad, los cómics y los bienes de consumo, utilizando estos elementos para cuestionar y explorar las implicaciones del consumismo. Destacamos sobre todo a Andy Warhol, Roy Lichtenstein y Claes Oldenburg como máximos exponentes del movimiento en Norteamérica (Eisenman, 2022).

Es importante mencionar para entender el movimiento que el Pop Art revolucionó la manera en que se percibían los objetos cotidianos al elevarlos al estatus de arte y convertirlos en iconos visuales. Este enfoque tiene sus raíces en el movimiento Dadá, que también utilizaba la apropiación de objetos para desafiar las convenciones artísticas. Marcel Duchamp, con sus "ready-mades" como el famoso urinario titulado *Fountain*, sugería que cualquier objeto podía ser arte si el artista así lo decidía (Lippard, 1966). Esta idea de la banalidad como arte fue fundamental para los artistas del Pop Art, quienes adoptaron y expandieron este concepto.



Fountain, Marcel Duchamp, 1917

Por ejemplo, Andy Warhol utilizó latas de sopa Campbell en sus obras para mostrar cómo los productos de consumo se habían convertido en iconos culturales. Warhol comentó que estos productos eran símbolos de igualdad en la sociedad de consumo, ya que todos, sin importar su estatus social, podían consumirlos (Warhol, 1975).



Campbell's Soup Can (Tomato), Andy Warhol, 1962

Roy Lichtenstein, por su parte, se centró en la estética de los cómics y la publicidad, utilizando técnicas como los puntos de Ben-Day⁴ para reproducir el estilo de impresión comercial (Lippard, 1966).

Claes Oldenburg, conocido por sus esculturas de objetos cotidianos a gran escala, utilizó el humor y la exageración para cuestionar la relación entre los consumidores y los productos que compraban (Alloway, 1974).

⁴ Según el MoMA, los puntos de Ben-Day son un método de impresión desarrollado a finales del siglo XIX por Benjamin Henry Day, Jr. que utiliza pequeños puntos de colores que se espacian y combinan de diversas maneras para crear sombras y diferentes tonos en las imágenes. Se usa principalmente en cómics y arte pop para agregar texturas y colores de manera efectiva.

El Pop Art tuvo un impacto significativo en la percepción de la cultura de consumo al cambiar la forma en que se veía el arte y forzar a la sociedad a reconsiderar el valor y el significado de los objetos cotidianos (Honnef, 2004). Este movimiento artístico reflejó y cuestionó la superficialidad del consumismo y la manera en que la publicidad moldeaba los deseos y aspiraciones de las personas. Al integrar imágenes de la vida diaria y productos de consumo en el arte, el Pop Art desdibujó las líneas entre la alta cultura y la cultura popular, promoviendo una mayor democratización del arte y facilitando una crítica accesible de la cultura de consumo (Whitham, 2018).

Klaus Honnef (2004) sostiene que la capacidad del Pop Art para integrar y comentar sobre la cultura de masas lo convirtió en una herramienta poderosa para la crítica social y cultural, reflejando y cuestionando las realidades de la vida moderna. Los artistas no solo celebraban el consumo, sino que también exponían la banalidad y repetición inherente a la producción en masa, cuestionando los valores de una sociedad que medía su éxito en términos de posesión material (Eisenman, 2022).

5. Análisis socioeconómico a través del Pop Art: un estudio de obras realizadas por artistas femeninas representativas

Como ya se detalló en el punto 3, el periodo que siguió a la Segunda Guerra Mundial marcó un momento de transformación profunda en la vida cotidiana y la estructura de Estados Unidos. La prosperidad socioeconómica, el auge de los suburbios y los avances tecnológicos definieron y dieron lugar al surgimiento del *American Way of Life*.

Este contexto, caracterizado por un incremento significativo en el poder adquisitivo y el acceso a bienes de consumo, sentó las bases para el desarrollo de movimientos culturales y artísticos que reflejaron y cuestionaron estos cambios. El Pop Art estadounidense, en particular, se erigió como una manifestación artística que encapsuló y criticó las dinámicas de su tiempo, utilizando las artes plásticas para explorar y reflejar los nuevos modelos de consumo y la cultura popular de aquella época.

Para abordar de manera más clara y ordenada el impacto socioeconómico de la época, se procede a realizar una división del análisis de obras en cinco epígrafes principales. Cada epígrafe se centrará en un aspecto específico de la sociedad de consumo y cómo estos elementos se manifestaron y fueron criticados en las obras de las artistas femeninas

del Pop Art. Esta estructura permitirá un examen detallado y organizado de los diversos factores que contribuyeron a la formación del contexto cultural y económico de la época.

5.1. El auge del consumismo: publicidad y marcas icónicas

Durante la posguerra, Estados Unidos experimentó un crecimiento económico sin precedentes, facilitado por políticas gubernamentales como el New Deal y el Plan Marshall, y estableciendo una base sólida para la estabilidad y la prosperidad a partir de los años 50. Este período marcó el inicio de una era de consumo masivo, donde la publicidad emergió como un motor central del cambio en los hábitos de consumo.

En este momento, se dio la consolidación de la clase media estadounidense, impulsada por el aumento de los salarios reales, el acceso a la educación superior y el auge de la industria manufacturera. Gracias a este incremento en el poder adquisitivo, las familias se permitieron gastar más, adquiriendo así productos más lujosos y duraderos como viviendas en los suburbios o automóviles (Fox, 1984).

El incremento del poder adquisitivo también transformó los hábitos de entretenimiento y comunicación de las familias estadounidenses, siendo la televisión uno de los productos más emblemáticos del momento. La televisión se convirtió en el medio dominante para la difusión de mensajes publicitarios, transformando radicalmente la manera en que las empresas se comunicaban con los consumidores (Barnouw, 1982). En 1950, solo el 9% de los hogares estadounidenses tenía una televisión; para 1970, esa cifra había aumentado a 95.3% (Lule, 2018). Esta penetración masiva permitió a los anunciantes llegar a una audiencia amplia y diversa, facilitando la creación de campañas publicitarias a gran escala, las cuales no solo promovían productos, sino que también construían identidades y aspiraciones, presentando el consumo como un camino hacia la felicidad y la realización personal (Fox, 1984).

La publicidad incentivó la adquisición de bienes materiales, fomentando una cultura de consumo en la cual las marcas icónicas se convirtieron en símbolos de estatus y éxito. Muchas empresas no solo vendían productos, sino también estilos de vida, que influían profundamente en los modelos de consumo y en las estructuras sociales (Klein, 2000). Este auge del consumismo y la publicidad no solo cambió la manera en que los estadounidenses compraban, sino también cómo se percibían a sí mismos y a los demás.

El Pop Art, al apropiarse de estas imágenes y símbolos, no solo reflejaba estos cambios, sino que también ofrecía una crítica incisiva. Los artistas del Pop Art invitaban a los espectadores a reflexionar sobre la superficialidad y materialismo de la cultura contemporánea, cuestionando las implicaciones del consumismo masivo. Andy Warhol, con sus representaciones de latas de sopa Campbell's, y Roy Lichtenstein, utilizando el estilo visual de los cómics, elevaban las imágenes comerciales al nivel de arte "alto", reflejando cómo los medios y la publicidad influían en la percepción y los valores del público (Alloway, 1974). Esta crítica y reflexión también se puede observar en las obras de otras artistas del Pop Art.

Marisol Escobar, conocida simplemente como Marisol, fue una escultora estadounidense cuya obra combinaba técnicas tradicionales y contemporáneas, creando esculturas que reflejaban y criticaban la cultura popular y la vida cotidiana. En su obra *Love* (1962), Marisol presenta una figura femenina con una botella de Coca-Cola invertida en la boca. La elección de esta botella, un ícono del consumismo estadounidense, eleva este objeto cotidiano a la categoría de arte, desafiando las nociones tradicionales de lo que puede ser considerado como tal (Gompertz, 2012).



Love, Marisol Escobar, 1962

Will Gompertz (2012) señala que la fascinación con la cultura fue un tema predominante en el Pop Art, con la botella de Coca-Cola convirtiéndose en un motivo recurrente que los artistas veían como “la máxima representación de la promesa de gratificación instantánea del mercado masivo”. *Love* combina distintos elementos para mostrar el poder del simbolismo en el consumo, destacando la manera en que la publicidad y los diferentes productos influyen en la vida y la identidad de las personas.

La botella insertada de manera vertical en la boca de la figura femenina, puede ser interpretada como una crítica al gasto exagerado y a la forma en que los productos y la publicidad dominan y asfixian la individualidad de las personas. El acto de introducir este objeto en la boca hasta el punto de obstruir la respiración sugiere una relación entre el consumismo desenfrenado y la anulación del individuo. Esta representación puede ser vista como una metáfora de cómo este sistema capitalista de consumo puede llegar a dominar y controlar la vida de los individuos, llevándolos a una dependencia que resulta en la pérdida de su identidad.

Además, la obra hace un comentario sobre la feminidad y la objetivación en la publicidad. La figura femenina, utilizada como portadora del producto, destaca cómo las mujeres son frecuentemente reducidas a meros vehículos para vender bienes. La botella de Coca-Cola, un símbolo de placer instantáneo y superficial, contrasta con la implicación de peligro y sofocación, sugiriendo cómo la sociedad trivializa y explota la imagen femenina. La crítica de Marisol se amplía al considerar la presión que la cultura ejerce sobre las mujeres, imponiendo estándares de belleza y roles específicos que pueden resultar asfixiantes y deshumanizadores.

De manera similar, Marjorie Strider, otra destacada artista del Pop Art reconocida por su innovador uso de la tridimensionalidad y su enfoque crítico, utilizó iconos de marcas comerciales en su obra *Nestle's Box* (1973). Esta obra combina elementos figurativos y abstractos utilizando esta icónica marca para explorar y criticar la omnipresencia de las firmas comerciales en la vida cotidiana. Igual que la de Marisol, aquí se refleja el interés del Pop Art en la cultura popular y el impacto del consumo masivo, alineándose con la tendencia de otros artistas del movimiento en desafiar las barreras entre el arte "alto" y "bajo" (Alloway, 1974).



Nestle's box, Marjorie Strider, 1973

En *Nestle's Box*, Strider presenta un envase de la marca Nestlé, un nombre asociado a productos alimenticios accesibles y populares, a la vez que al ámbito de la cocina y de lo doméstico. Sin embargo, al observar más de cerca, la obra revela una masa informe que sale de la caja, sugiriendo una crítica a los procesos industriales que transforman la comida en productos procesados. Esta masa, que no se identifica claramente, puede representar la desnaturalización de los alimentos debido a los procesos industriales. La promesa de algo delicioso y satisfactorio, indicada por la marca y el envase, contrasta fuertemente con el contenido ambiguo y poco apetecible que realmente se muestra, planteando preguntas sobre la autenticidad y la calidad de los productos consumidos.

El uso de un envase que promete felicidad y satisfacción, pero que contiene una masa indistinguible, puede interpretarse como una metáfora de la desilusión con la cultura de consumo. La obra sugiere que detrás de la fachada atractiva y bien empaquetada de los productos comerciales, a menudo se esconde una realidad menos placentera. Strider, al destacar esta discrepancia, invita a los espectadores a cuestionar la veracidad de las promesas publicitarias y a reflexionar sobre cómo los productos de consumo pueden fallar

en cumplir las expectativas que generan. Además, la elección de un producto de una marca tan reconocida como Nestlé subraya la omnipresencia de las grandes corporaciones en la vida diaria. La obra critica cómo estas marcas no solo dominan el mercado alimenticio, sino que también influyen en los hábitos y las percepciones culturales.

Por último, Dorothy Grebenak, conocida por sus tapices de ganchillo, nos presenta una de sus obras más icónicas: *NRA* (National Recovery Administration) de 1963. En esta pieza, Grebenak utiliza el logotipo de la NRA, una agencia del New Deal, y añade la palabra "consumo" sobre la bandera, creando una crítica incisiva sobre la sociedad de consumo en Estados Unidos (Adamson, 2017).

La obra de Grebenak combina técnicas tradicionales de ganchillo con imágenes icónicas del siglo XX para comentar cómo los símbolos gubernamentales y nacionales se transforman en herramientas de marketing, subrayando la ironía de cómo un símbolo creado para la recuperación económica es convertido en un emblema de consumismo.

El uso del logotipo de la NRA resalta cómo los emblemas y los símbolos nacionales pueden servir a fines comerciales y de consumo, reflejando una crítica similar a la que realizaron otros artistas del Pop Art, explorando cómo la cultura visual de su tiempo está saturada de mensajes comerciales, utilizando el arte como medio para cuestionarlos y deconstruirlos (Adamson, 2017). Esta transformación sugiere una crítica a cómo las políticas públicas, que en su origen buscaban el bienestar colectivo, pueden ser cooptadas por el capitalismo para fomentar la comercialización de todos los aspectos de la vida.

Más allá de la referencia al National Recovery Administration, las siglas "NRA" también pueden remitir a la National Rifle Association, añadiendo una capa adicional de crítica. Esta asociación con la NRA introduce temas de masculinidad, agresividad y violencia, y cuando se combina con la técnica del ganchillo, típicamente asociada con la domesticidad y lo femenino, se crea una tensión entre estos conceptos, haciendo una crítica sutil pero corrosiva sobre el papel de las mujeres y los bienes de consumo en la sociedad moderna.

Al superponer estos elementos, Grebenak cuestiona las dicotomías tradicionales de género y los roles asignados a hombres y mujeres. El tapiz *NRA* no solo desafía las



NRA, Dorothy Grebenak, 1963

nociones de lo que puede ser considerado arte "alto" o "bajo", sino que también utiliza la yuxtaposición de símbolos y técnicas para comentar sobre las complejidades de la identidad y la cultura contemporánea.

5.2.El hogar suburbano y la familia ideal

Otra razón por la cual la economía estadounidense se expandió tan rápidamente tras el periodo de la guerra, fue la aparición de una economía mixta de empresas privadas respaldadas por subsidios gubernamentales. Algunos ejemplos de estas ayudas son las garantías hipotecarias con tasas de interés bajas y sin pago inicial proporcionadas directamente a los compradores como parte de los beneficios para veteranos del G.I. Bill de 1944, o el seguro de préstamos a prestamistas y desarrolladores a través de la Administración Federal de Vivienda (Cohen, 2003). Esta prosperidad económica permitió el desarrollo de la clase media y una mayor capacidad adquisitiva de las familias, que empezaron a buscar una mejor calidad de vida lejos de los centros urbanos congestionados. Así nació el fenómeno de los suburbios, áreas residenciales situadas en las afueras de las ciudades (Jackson, 1985).

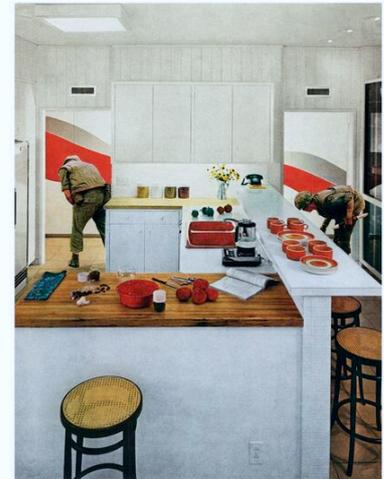
El hogar suburbano se convirtió en un símbolo de éxito y de la consecución del sueño americano. A mediados del siglo XX, la construcción de viviendas alcanzó niveles sin precedentes. Uno de cada cuatro hogares en Estados Unidos en 1960 había sido construido en la década de 1950. Para ese mismo año, el 62% de los estadounidenses eran propietarios de sus viviendas, en comparación con el 44% en 1940, representando el mayor incremento en la tasa de propiedad registrado hasta entonces (Cohen, 2003).

El movimiento desde las ciudades hacia las zonas residenciales de la periferia fue facilitado por el desarrollo de nuevas infraestructuras, como la construcción de carreteras y autopistas que conectaban los suburbios con los centros urbanos. Jackson (1985) señala que este proceso fue clave para la expansión suburbana en Estados Unidos, permitiendo a las familias acceder fácilmente a sus lugares de trabajo y otros servicios en las ciudades.

La vivienda en los suburbios ofrecía una serie de ventajas atractivas: casas unifamiliares con jardines, barrios tranquilos y seguros, y una comunidad homogénea y cohesionada. Esto contribuyó a la percepción de estas zonas como el lugar ideal para criar a los hijos y construir una vida familiar estable y próspera (Jackson, 1985). El hogar suburbano se convirtió en un símbolo de éxito y de la consecución del sueño americano.

Como representación de los nuevos hogares y el estilo de vida de la década de 1960, tenemos la colección de obras de Martha Rosler, *House Beautiful: Bringing the War Home*. Esta serie, publicada originalmente en periódicos clandestinos que surgieron a finales de la década de 1960 en oposición a la Guerra de Vietnam, nos ofrece una ventana directa a la representación idealizada del hogar suburbano estadounidense. Rosler combinó imágenes preexistentes de medios de comunicación masiva, provenientes de revistas documentales como *Life* y revistas de estilo de vida como *House Beautiful*, logrando un efecto devastador. Rosler se ha destacado por su enfoque crítico hacia los temas sociales y políticos, particularmente en relación con el feminismo, la guerra, y la cultura de consumo.

Red Stripe Kitchen es una obra de esta colección creada durante el período de la Guerra de Vietnam (1967-1972). La serie se compone de fotomontajes que combinan imágenes de revistas de decoración del hogar con escenas de la guerra, estableciendo un contraste entre la vida doméstica idealizada en los suburbios y la brutal realidad del conflicto bélico.



Red Stripe Kitchen, Martha Rosler, 1967-1972

En *Red Stripe Kitchen*, Rosler presenta una cocina típica de un hogar suburbano estadounidense de la época. La imagen original, tomada de una revista de decoración, muestra un espacio ordenado, limpio y modernamente equipado, reflejando los ideales de comodidad, eficiencia y prosperidad que caracterizaban al hogar suburbano de la clase media. La cocina está equipada con electrodomésticos modernos, encimeras brillantes y muebles funcionales, todos elementos que simbolizan el avance tecnológico de la década de 1960. Estos aparatos no solo facilitaban las tareas domésticas, sino que también representaban el estatus social y el éxito económico de la familia. La pulcritud de la cocina enfatiza el ideal de la casa perfecta y bien gestionada, un espacio donde la eficiencia y la limpieza son prioritarias. Este aspecto muestra las expectativas culturales impuestas a las mujeres de la época, quienes eran vistas como responsables del mantenimiento del hogar y del cuidado de la familia (Friedan, 1963)

Aunque el análisis aquí se centra en la representación del hogar suburbano, es esencial reconocer la crítica implícita de Rosler al mostrar este entorno idealizado. En *Red Stripe Kitchen*, Rosler muestra a dos soldados estadounidenses registrando una cocina de diseño moderno pintada en tonos rojo sangre. Según el análisis del Museo

Metropolitano de Arte de Nueva York, esta imagen no solo es un comentario mordaz sobre la primera "guerra televisada" de Estados Unidos, sino que también es un presagio de nuestro propio momento actual, en el que las imágenes mediáticas de comodidad y seguridad doméstica ya no parecen mantener a raya la violencia y el caos del mundo exterior.

Este contraste entre la aparente perfección de la cocina y los recortes de la guerra sugiere una disonancia entre la realidad interna y externa de la vida estadounidense. La obra plantea preguntas sobre la desconexión entre la vida cotidiana en los suburbios y los eventos globales, y sobre cómo la comodidad y el consumo pueden servir como distracción de realidades más oscuras (Rosler, 2015).

La representación de una cocina tan perfectamente organizada refuerza las expectativas de que las mujeres debían dedicarse al hogar y mantener estos altos estándares de orden y belleza. Sin embargo, también puede estar criticando el confinamiento de las mujeres a estos roles domésticos y las limitaciones que esto imponía sobre sus vidas. A través de la obra, Rosler no solo documenta la vida doméstica idealizada de los suburbios, sino que también ofrece una crítica sobre las expectativas de género y el papel del consumo en la sociedad estadounidense de la posguerra.

Por otra parte, el ideal del hogar suburbano estaba estrechamente vinculado a la imagen de la familia nuclear, compuesta por un padre trabajador, una madre dedicada al hogar, y los hijos. Este modelo de familia fue ampliamente promovido en la cultura popular de la época a través de la televisión, la publicidad, y el cine, que difundían una visión idílica de la vida suburbana (Fox, 1984; Barnouw 1982). Programas de televisión como *Leave It to Beaver* y *The Donna Reed Show* presentaban historias de familias nucleares viviendo en suburbios tranquilos y seguros, reforzando los roles de género tradicionales y las expectativas sociales sobre la vida familiar.

La publicidad jugó un papel crucial en la promoción de este estilo de vida, fomentando el consumo de bienes duraderos que se asociaban con el éxito y el bienestar familiar. Según Cohen (2003), la expansión del consumo masivo y la construcción de la infraestructura necesaria para el desarrollo suburbano transformaron las prácticas de consumo y la organización social en la América de posguerra.

El ideal de la familia suburbana también estaba influenciado por las expectativas de género de la época. Las mujeres eran mayormente vistas como amas de casa y cuidadoras, responsables del mantenimiento del hogar y la crianza de los hijos. Este rol tradicional fue ampliamente promovido y celebrado en la cultura popular, pero también fue fuente de insatisfacción y aislamiento para muchas mujeres, como señaló Betty Friedan (1963) en su influyente libro. En este argumentó que muchas mujeres en los suburbios experimentaban una sensación de vacío y falta de propósito, a pesar de vivir en el entorno aparentemente perfecto del hogar suburbano.

Los suburbios promovían una vida comunitaria que reforzaba las normas sociales y las expectativas de comportamiento. Los barrios a menudo eran homogéneos en términos raciales y económicos, lo que fomentaba un sentido de pertenencia y cohesión, pero también excluía a aquellos que no encajaban en el molde predominante de la clase media blanca (Jackson, 1985).

Marisol Escobar nos presenta *The Family* (1963), una escultura que encapsula y critica el concepto de la familia ideal en el contexto del hogar suburbano estadounidense de los años 60. Este período marcado por la consolidación de la familia nuclear como el modelo a seguir, vino acompañado de estrictas expectativas de género y una presión social significativa para conformarse a una imagen superficial de perfección.



The Family, Marisol Escobar, 1963

The Family está compuesta por figuras de madera, yeso y pintura, que representan a una familia nuclear: un padre, una madre y varios hijos. La figura del padre está representada de pie en una postura firme y protectora, simbolizando su papel como proveedor y autoridad en la familia. Es la única figura que no tiene tridimensionalidad, ya que está aplanado y encerrado dentro de un panel de madera adjunto a la pared, lo que lo aísla físicamente de los demás miembros.

La madre, a su lado, está en una posición de apoyo y cuidado, reflejando su rol tradicional. Lleva un sombrero que le tapa la vista y está sonriendo, lo cual puede simbolizar la sumisión y el hecho de mirar hacia otro lado ante su situación de represión dentro de la familia típica capitalista. Los hijos están colocados de manera que proyectan

una imagen de inocencia y dependencia. La ropa de toda la familia está muy cuidada, lo que enfatiza la importancia de mantener una apariencia impecable.

La representación estereotipada de los personajes sugiere una falta de autenticidad y una presión para conformarse a un modelo idealizado que no refleja la diversidad y la complejidad de las experiencias familiares reales. Las revistas y programas de televisión presentaban una imagen de felicidad que muchas familias intentaban alcanzar, a menudo a costa de su bienestar emocional.

La alineación perfecta de las figuras en la escultura puede interpretarse como una crítica a la presión social para mantener un orden concreto. Esta presión no solo afectaba a las mujeres, que debían mantener el hogar impecable y criar a los hijos conforme a las expectativas, sino también a los hombres, que debían cumplir con el rol de proveedores exitosos y protectores.

The Family (1963) de Marisol Escobar es una crítica poderosa y matizada al concepto de la familia ideal en el contexto del hogar suburbano estadounidense. A través de su representación estilizada y estereotipada, Marisol expone las tensiones y contradicciones entre la apariencia superficial de perfección y las realidades subyacentes de la vida familiar. La obra invita a reflexionar sobre las expectativas de género, la conformidad social y la cultura de consumo que definieron la era de la posguerra, proporcionando una plataforma para cuestionar y reevaluar estos ideales.

5.3. La revolución del supermercado o de los grandes almacenes

Los supermercados, aunque presentes desde principios del siglo XX, alcanzaron su apogeo durante este período. Ofrecían una amplia gama de productos bajo un mismo techo, desde alimentos hasta productos de limpieza, y se convirtieron en símbolos de modernidad y eficiencia en el consumo (Strasser, 1989). El formato de autoservicio permitía a los consumidores seleccionar directamente sus productos de los estantes, haciendo la experiencia de compra más rápida y cómoda (Jacob, 2023).

Este modelo fue posible gracias a las nuevas tecnologías de refrigeración y almacenamiento, que mantenían frescos los productos perecederos, y a la construcción de infraestructuras de transporte como autopistas y carreteras, que facilitaban la distribución a gran escala (Levinson, 2008).

Paralelamente, los grandes almacenes y centros comerciales se consolidaron como templos del consumo, no solo vendiendo una amplia variedad de productos, sino también ofreciendo una experiencia de compra lujosa y entretenida. Eran la respuesta a la necesidad de crear centros comunitarios donde las personas pudieran reunirse para comprar, participar en actividades culturales y socializar (Feinberg & Meoli, 1991). La publicidad jugó un papel crucial en la promoción de estos establecimientos, utilizando medios como revistas y televisión para atraer a una audiencia masiva. De hecho, en 1950 la propaganda de productos de supermercados representaba el 60% del beneficio de las compañías de radiodifusión (Barnouw, 1982).

El auge de los supermercados y grandes almacenes tuvo un impacto profundo en los patrones de consumo y en la vida de los estadounidenses. La accesibilidad y conveniencia de estos establecimientos fomentaron un cambio hacia un consumo más impulsivo y frecuente. Las familias comenzaron a hacer compras semanales en lugar de diarias, almacenando productos en casa gracias a la disponibilidad de refrigeradores y otros electrodomésticos modernos (Strasser, 1989). Estos cambios en los hábitos de compra reflejaron una cultura promovida por estos grandes minoristas, que también se convirtieron en espacios de interacción social donde las personas podían reunirse y compartir experiencias.

A pesar de los beneficios que trajeron, los centros comerciales suscitaron críticas por su impacto negativo en las economías locales y la diversidad comercial. Según Lizabeth Cohen (1996), estos establecimientos contribuyeron al declive de las tiendas locales y los centros urbanos, promoviendo la segregación socioeconómica y racial al atender principalmente a consumidores blancos de clase media y alta. Además, privatizaron espacios públicos, restringiendo actividades cívicas y políticas, y fomentaron una expansión urbana dependiente del automóvil, lo que afectó negativamente a las comunidades urbanas existentes y también al medioambiente.

Para reflejar este epígrafe contamos con Corita Kent, una artista y educadora perteneciente a una congregación de monjas y una artista revolucionaria gracias a su capacidad para combinar el arte, la política y la espiritualidad en sus obras. Utilizando elementos del Pop Art, Kent abordó temas sociales y políticos con un enfoque único, que incluía el uso de imágenes cotidianas y técnicas de serigrafía para transmitir mensajes de justicia social, paz y amor. Su enfoque accesible y comprometido políticamente desafió

las normas artísticas de su tiempo y dejó un impacto duradero en el arte contemporáneo (Berry, Duncan, et al, 2013).

Corita Kent utilizó su arte para reflejar y criticar la cultura de consumo de su tiempo. Las fotografías que tomó del supermercado *Market Basket* son un excelente ejemplo de cómo exploró los temas de consumo y materialismo. Estas obras no solo documentan la realidad cotidiana de los supermercados, sino que también ofrecen una reflexión crítica sobre el impacto del consumo masivo en la sociedad.



Slides of Market Basket, Corita Kent, 1963

En la fotografía de las cajas de Brillo en el supermercado *Market Basket*, Kent captura uno de los íconos más reconocidos del Pop Art, popularizado por Andy Warhol. Las cajas de Brillo representan más que simples productos de limpieza: son símbolos de la estandarización de la vida moderna. Kent utiliza esta imagen para subrayar cómo los productos cotidianos se convierten en arte y, al mismo tiempo, cómo el arte puede criticar la banalidad de la actividad consumista (Dackerman, 2015).

Esta crítica se extiende a la imagen de la ventana exterior del *Market Basket*, que muestra la fachada del supermercado como un lugar que simboliza la accesibilidad y la conveniencia del gasto. La fotografía resalta cómo estos establecimientos se presentan como templos del consumo, atrayendo a los clientes con escaparates diseñados para incitar el deseo de compra. Este fenómeno es parte del cambio hacia una economía más impulsiva y un gasto más frecuente, reflejando el impacto de estas grandes superficies en la vida cotidiana (Strasser, 1989).

La fotografía del pasillo de productos frescos destaca la abundancia y la variedad de disponibilidad para el consumidor. Este aspecto puede simbolizar la promesa de la modernidad y la prosperidad, donde la amplia gama de productos frescos es un signo de avance económico y bienestar social.

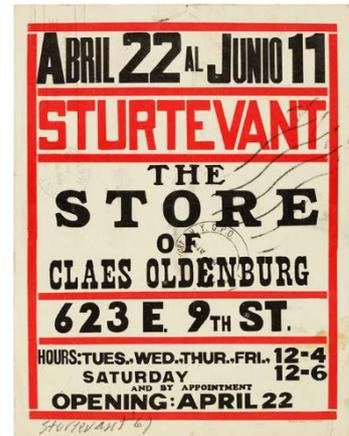
Esta imagen conecta con la fotografía del anuncio del supermercado, que es representativa de cómo la publicidad y el marketing juegan un papel crucial en la cultura de consumo. Estos anuncios no solo informan sobre los productos disponibles, sino que también crean una necesidad y deseo constante en los consumidores.

Las fotografías de Corita Kent de *Market Basket* son más que simples documentaciones de un espacio cotidiano; son reflexiones críticas sobre la cultura que dominaba a los estadounidenses en las décadas de 1950 y 1960. A través de estas imágenes, Kent captura la esencia del supermercado como un símbolo de modernidad, pero también como un reflejo de los excesos y las contradicciones del consumo masivo. Su trabajo invita a los espectadores a cuestionar la superficialidad del materialismo y a reflexionar sobre las verdaderas implicaciones de una vida centrada en el dinero y la posesión material.

Para completar este epígrafe, analizaremos *The Store of Claes Oldenburg* de Elaine Sturtevant, que ofrece una crítica incisiva sobre la comercialización y el consumismo en la sociedad contemporánea. Elaine Sturtevant (1924-2014), conocida por su trabajo que replica obras de otros artistas para cuestionar la originalidad y la autoría en el arte, eligió *The Store* de Claes Oldenburg para explorar la relación entre el arte y el comercio.

Sturtevant recreó *The Store of Claes Oldenburg* en 1967, transformando un espacio comercial en un lugar de arte donde vendía esculturas de objetos cotidianos hechos de materiales baratos como yeso y pintura. Estos objetos incluían alimentos, ropa y electrodomésticos, presentados de una manera que imitaba la apariencia y la disposición de los productos en las tiendas minoristas. La instalación de Sturtevant, fiel a la original, mantuvo esta crítica aguda del consumismo, destacando cómo los objetos comunes y corrientes pueden adquirir un nuevo significado cuando se sacan de su contexto habitual y se presentan como arte (Thaddeus Ropac, 2022).

Algunos ejemplos de las obras que Sturtevant replicó incluyen *Hamburger and Lettuce on Plate*, y otros objetos como vestidos, pasteles y colillas de cigarrillos. Estas esculturas se exhibieron como parte de una performance que replicaba la instalación original de Oldenburg en el Lower East Side de Manhattan. La audaz y provocativa exhibición generó confusión y reflexión, llevando al público a cuestionar la naturaleza de la originalidad y el valor en el arte (Thaddeus Ropac, 2022).



*The store of Claes Oldenburg,
Elaine Sturtevant, 1967*



*Hamburger and lettuce on plate,
Elaine Sturtevant, 1967*

Sturtevant no solo homenajea a Oldenburg con su réplica de *The Store*, sino que también subraya la naturaleza repetitiva y desechable del consumismo moderno. Esta obra pone de manifiesto cómo los productos se vuelven efímeros y cómo la cultura transforma la percepción de valor y significado de estos objetos. La réplica de Sturtevant sirve para criticar cómo el consumo y la publicidad crean una ilusión de necesidad y valor en productos que, en última instancia, son desechables y carentes de sustancia duradera (Alloway, 1974; Fox, 2014).

The Store refleja la realidad de los supermercados y grandes almacenes como templos del capitalismo, donde los productos son presentados de manera atractiva para incitar el deseo de compra a través de la publicidad y el marketing. Este montaje artístico resalta la superficialidad de la sociedad de la época, ya que los objetos, aunque parecen valiosos y deseables, están hechos de materiales baratos y son esencialmente sin valor. Sturtevant parece utilizar esta réplica para criticar la manipulación de las percepciones y deseos de los consumidores.

5.4. La moda y la cultura popular

La moda y la cultura popular han estado intrínsecamente ligadas a lo largo de la historia, reflejando y a menudo impulsando los cambios sociales, económicos y culturales. Durante las décadas de 1950 y 1960, este vínculo se fortaleció significativamente, con la moda emergiendo como una poderosa forma de expresión cultural y un motor económico clave.

Esta industria aprovechó los avances tecnológicos y los nuevos medios de comunicación para promover estilos y tendencias que capturaban el espíritu de la época. Además, la televisión y las revistas de moda desempeñaron un papel crucial en la difusión de las tendencias, convirtiéndose en plataformas para la publicidad y la promoción de marcas (Breward, 2003).

La década de 1960, en particular, fue testigo de una revolución en la moda, impulsada por movimientos culturales y sociales: el auge del rock and roll, el movimiento hippie y la contracultura influyeron profundamente en los estilos de vestir. Diseñadores como Mary Quant popularizaron la minifalda, que se convirtió en un emblema de la libertad y la rebelión juvenil. (Steele, 1997).

La minifalda se introdujo en la moda a mediados de la década de 1960 y rápidamente se convirtió en uno de los símbolos más icónicos de la era. Quant, inspirada por la energía de las jóvenes y el espíritu de cambio de la época, diseñó esta pieza con el objetivo de ofrecer a las mujeres una prenda que fuera a la vez liberadora y moderna. La minifalda, que llegaba hasta la mitad del muslo, desafiaba las normas sociales y de vestimenta, que hasta entonces favorecían faldas más largas y conservadoras.

Su popularización coincidió con un período de importantes cambios sociales y culturales. La década de 1960 fue un tiempo de agitación y transformación, marcado por movimientos por los derechos civiles, la liberación de las mujeres y una mayor apertura hacia la libertad sexual, y esta prenda se convirtió en un símbolo visible de estos cambios, representando la autonomía y el empoderamiento femenino. Las mujeres jóvenes la adoptaron como una declaración de independencia y un rechazo a las expectativas tradicionales de género (Steele, 1997).

La influencia de la minifalda se extendió más allá de la moda para abarcar otros aspectos de la cultura popular. Apareció en películas, programas de televisión y revistas de moda, consolidando su estatus como un símbolo de la década. Incluso hoy en día, la minifalda sigue siendo vista como un ícono de la moda y un recordatorio del espíritu de cambio y revolución que caracterizó los años sesenta (Steele, 1997).

Kiki Kogelnik, una austríaca que desarrolló su carrera artística en Nueva York de la mano de los grandes artistas de la época, abordó temas similares en su obra *Now Is The Time II* (1973). Como Quant, ella se interesó por la representación del cuerpo femenino y los roles de género en la sociedad contemporánea y nos presenta esta obra, una figura

femenina estilizada y fragmentada, con una estética que recuerda a los recortes y plantillas de las revistas de moda, lo que subraya la relación entre el cuerpo femenino y los medios de comunicación.

La obra de Kogelnik refleja la influencia del Pop Art, con su uso de colores vibrantes y formas simplificadas, y aborda la objetificación y comercialización del cuerpo femenino, temas que también estaban presentes en la discusión cultural alrededor de la minifalda. Al igual que la minifalda desafiaba las normas tradicionales de género y promovía una nueva forma de libertad femenina, la obra de Kogelnik sugiere una crítica a la manera en que la sociedad moldeaba y controlaba las identidades femeninas a través de la moda y los medios de comunicación.



Now is the time II, Kiki Kogelnik, 1973

La figura femenina en *Now Is The Time II* puede ser vista como una representación de las mujeres que adoptaron la minifalda como una declaración de independencia. La obra encapsula la tensión entre la liberación personal y la objetificación comercial, un tema central en la moda de la época. La figura y la estética de recorte reflejan cómo la moda y los medios descomponen y reconstruyen las identidades femeninas, un proceso que la minifalda tanto aprovechó como desafió.

Otro hito significativo en la moda de esta época fue la revolución del bikini. Introducido por el diseñador francés Louis Réard en 1946, esta pieza tardó más de una década en ganar aceptación generalizada. Fue en los años 60 cuando se convirtió en un símbolo de la liberación sexual y el empoderamiento femenino, no solo reflejando los cambios en las normas sociales sobre el cuerpo y la sexualidad, sino también marcando un cambio en la moda de baño hacia diseños más atrevidos y minimalistas (Lencek & Bosker, 1998).

La aceptación de esta nueva prenda representaba una mayor libertad y la afirmación de la autonomía corporal, alineándose con los movimientos feministas que desafiaban las normas conservadoras de la sociedad. Este pequeño pero significativo cambio tuvo un impacto duradero en la cultura popular, consolidándose como un elemento básico del vestuario de playa y transformando la industria de la moda (Lencek & Bosker, 1998).

Marjorie Strider, conocida por sus obras que abordan temas de género y la representación del cuerpo femenino, además de su uso la tridimensionalidad nos presenta *Green triptych*, un ejemplo de cómo el bikini y la imagen femenina se incorporaron en el arte para comentar sobre la objetificación y la autonomía femenina.

Strider presenta figuras femeninas en bikini con un enfoque que subvierte la mirada masculina. Las imágenes de mujeres con “sonrisas Colgate”⁵ y trajes de baño revelan no solo una reflexión sobre la moda de la época, sino también un comentario incisivo sobre la objetificación femenina en la cultura popular. El uso de colores vibrantes y la prominencia de las protuberancias en relieve (como los pechos y las nalgas) llaman la atención y a la vez critican la reducción de la figura femenina a sus atributos físicos más sobresalientes.



Green triptych, Marjorie Strider, 1963

La obra de Strider, al destacar físicamente estas características mediante relieves, metafóricamente "moldea" las expectativas y fantasías masculinas, haciendo una declaración crítica sobre cómo se perciben y consumen visualmente los cuerpos de las mujeres. Además, su enfoque en la materialidad y la forma tridimensional rompe con la estética industrializada y los motivos comerciales típicos del Pop Art, aportando una perspectiva más artesanal y personal (Ostrow, 2010).

Como hemos analizado, la moda no solo reflejaba las tendencias populares, sino que también actuaba como un catalizador para el cambio social. Los diseñadores experimentaban con nuevos materiales y formas, desafiando las normas tradicionales y redefiniendo el concepto de belleza y creando un campo de experimentación artística, donde los límites entre el arte y el comercio se desdibujaban (Breward, 2003).

La influencia de la moda en la cultura popular se extendió más allá de la ropa. Los iconos de estilo, como Jackie Kennedy y los Beatles, se convirtieron en figuras aspiracionales cuyas elecciones de vestuario eran imitadas por millones. Las celebridades y los modelos comenzaron a desempeñar un papel central en la promoción de diferentes

⁵ Expresión popular que se refiere a sonrisas brillantes y perfectas, similares a la que se muestran en los anuncios de pasta de dientes de esta marca.

tendencias, estableciendo una relación simbiótica entre esta industria y la cultura de la celebridad (Breward, 2003).

El cine también jugó un papel crucial en la difusión de la moda y la cultura popular. Figuras como Marilyn Monroe, Audrey Hepburn y James Dean se convirtieron en íconos de estilo cuyas elecciones de vestuario en la pantalla grande influyeron enormemente en las tendencias de la moda. Marilyn Monroe, en particular, es recordada por sus trajes glamorosos y su inconfundible estilo que encapsuló el atractivo sexual y el glamour de Hollywood. Por ejemplo, su vestido blanco en *La comezón del séptimo año* (1955) se convirtió en símbolo icónico del cine y la moda (Spoto, 1993).

La obra de Rosalyn Drexler, *Marilyn Pursued By Death* (1967), es un ejemplo notable de cómo la figura de Monroe fue interpretada y reimaginada por los artistas de la época.

Rosalyn Drexler es una multifacética artista y escritora estadounidense, conocida por su uso de imágenes icónicas de la cultura popular y su enfoque crítico hacia temas como la violencia, el género y las relaciones de poder.



Marilyn pursued by death, Rosalyn Drexler 1967

En esta obra, Drexler representa a la actriz en una postura icónica capturando su esencia glamurosa mientras incorpora elementos sombríos que aluden a su trágico destino. La obra presenta a Marilyn con un atuendo brillante, recordando sus apariciones cinematográficas, y a la figura de la muerte acechando en el fondo, simbolizando la presión y crítica constante que acompañaban a su estatus de celebridad. Esta dualidad refleja la tensión entre su imagen pública y su lucha personal con la fama y la vulnerabilidad.

Drexler utiliza la figura de un hombre de mediana edad con gafas oscuras para representar a la muerte, lo cual añade una capa de complejidad al análisis de la obra. El uso de esta figura puede sugerir el constante escrutinio y vigilancia a los que esta celebridad estuvo sometida durante su vida. Las gafas oscuras son a menudo un símbolo de anonimato y ocultación, lo que puede aludir a los paparazzi y la prensa que seguían cada uno de sus movimientos, invadiendo su privacidad y contribuyendo a su estrés y

ansiedad. Esta interpretación resalta cómo la fama y la atención mediática pueden ser opresivas y deshumanizantes, lo que en última instancia lleva a consecuencias trágicas.

Además, la figura masculina también puede simbolizar a los poderosos hombres de Hollywood y la industria del entretenimiento que controlaban y explotaban su imagen. Durante su carrera, Marilyn fue manejada y a veces manipulada por productores, directores y agentes que buscaban beneficiarse de su atractivo sexual y su popularidad, por lo tanto, al representar a la muerte como un hombre, Drexler podría estar comentando sobre el poder y la explotación masculinos que rodearon a la actriz, sugiriendo que estas fuerzas contribuyeron a su caída (Kidder, 2014).

La obra sugiere cómo las figuras públicas, especialmente las mujeres, son reducidas a objetos de deseo y fantasía, a menudo a expensas de su humanidad. Al incorporar la figura de la muerte, Drexler sugiere que la persecución de la fama y la objetificación pueden tener consecuencias devastadoras. Monroe, cuyo suicidio en 1962 fue ampliamente cubierto por los medios, es una representación de esta trágica realidad. La artista captura la paradoja de ser una estrella: ser adorada y perseguida simultáneamente.

Por otra parte, personajes del cine como Drácula también dejaron una marca en la cultura popular, influenciando la cultura visual y la publicidad. Drácula, con su capa y atuendo gótico, estableció una estética que ha sido reinterpretada en innumerables ocasiones en la moda y en la cultura pop (Skal, 2004).

France Cristini (1936-2017) fue una pintora franco-estadounidense trasladada a Nueva York a mediados de los años 60, donde se integró en la vanguardia artística y se dio a conocer gracias a sus obras que combinan objetos cotidianos con imágenes estilizadas inspiradas en los cómics. Su obra, *Château Barlow* (1963) es un ejemplo notable de cómo este icónico personaje fue reinterpretado para comentar sobre temas de poder, erotismo y el impacto de la cultura de masas en la percepción de estos elementos.

En la pintura, Drácula, representado con una expresión estoica y mirada fija, sostiene en sus brazos a una mujer desmayada, una escena clásica que ha sido repetidamente utilizada en el cine y en otros medios visuales. Esta imagen no solo evoca el horror y el misterio asociados con el



Château Barlow, France Cristini, 1963

personaje de Drácula, sino que también subraya la dinámica de poder y vulnerabilidad entre el vampiro y su víctima.

Cristini utiliza colores vibrantes y contrastantes, característicos del Pop Art, para enfatizar la teatralidad y el dramatismo de la escena. El fondo verde brillante crea un fuerte contraste con el negro de la capa de Drácula y el tono pálido de la piel de la mujer, resaltando a los personajes y enfocando la atención del espectador en sus figuras. Este uso del color no solo sirve para capturar la atención, sino que también añade una dimensión surrealista a la obra, alejándola del realismo y llevándola hacia una interpretación más simbólica.

La representación de Drácula sosteniendo a la mujer en sus brazos puede ser vista como una metáfora del poder y el control. Drácula, con su capacidad para dominar y someter a sus víctimas, simboliza una figura de autoridad oscura y seductora. La mujer, por otro lado, con su postura desmayada y su expresión indefensa, representa la vulnerabilidad y la sumisión. Este contraste entre poder y sumisión es un tema recurrente en las historias de vampiros, y Cristini lo utiliza aquí para comentar sobre las relaciones de género y la dinámica de poder en la cultura popular. Además, el motivo del vampiro alimentándose de la sangre de sus víctimas acentúa la explotación y el parasitismo en estas relaciones, subrayando la posible crítica de la artista a la opresión machista.

Al elegir a Drácula como tema, la artista hace una referencia directa al cine clásico de terror y a la influencia perdurable de estos personajes en la cultura popular, capturando esta iconicidad y la recontextualizándola en el marco del Pop Art.

5.5. Situación política y guerras

La época desde mediados de 1950 hasta principios de 1970 estuvo marcada por una serie de eventos políticos y conflictos internacionales que reflejaban las tensiones de la Guerra Fría entre Estados Unidos y la Unión Soviética. Dos de los eventos más significativos de este período fueron la Guerra de Vietnam y la carrera espacial, ambos directamente relacionados con la lucha ideológica y geopolítica entre el capitalismo occidental y el comunismo soviético.

La Guerra de Vietnam (1955-1975), uno de los conflictos más controvertidos del siglo XX, marcó profundamente la historia contemporánea. Este conflicto se desarrolló en un contexto de Guerra Fría, donde Estados Unidos buscaba contener la expansión del

comunismo. La intervención estadounidense en Vietnam comenzó con apoyo militar y logístico al gobierno de Vietnam del Sur, pero rápidamente escaló a una guerra abierta con el envío de cientos de miles de tropas estadounidenses y una campaña de bombardeos masivos (Fontana, 2011).

La guerra, que tuvo lugar entre 1955 y 1975, dejó un saldo devastador. Estados Unidos lanzó sobre Vietnam más bombas que en toda la Segunda Guerra Mundial, causando la muerte de entre uno y tres millones de vietnamitas, en su mayoría civiles, y dejando profundas cicatrices ecológicas y sociales en el país (Fontana, 2011). La ofensiva del Tet en 1968 demostró la resiliencia y capacidad de la guerrilla comunista, evidenciando que la victoria militar estadounidense era improbable (Villares & Bahamonde, 2012).

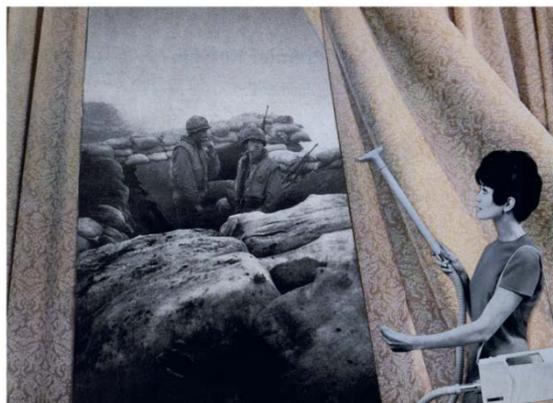
Internamente, la guerra desmoralizó y dividió a la sociedad estadounidense (Hobsbawm, 1994). La cobertura mediática de la guerra, incluyendo imágenes gráficas de combate y las atrocidades cometidas, también influyó en la opinión pública y aumentó la presión para poner fin al conflicto (Hallin, 1986). Este conflicto también demostró el aislamiento internacional de Estados Unidos, ya que sus aliados europeos se negaron a enviar tropas para apoyar la intervención (Schulzinger, 1997).

En 1973, los Acuerdos de Paz de París llevaron a la retirada de las tropas estadounidenses, pero el conflicto continuó hasta 1975, cuando las fuerzas comunistas capturaron Saigón, unificando Vietnam bajo el gobierno comunista del Norte. La Guerra de Vietnam dejó una profunda huella en la sociedad estadounidense y tuvo repercusiones duraderas en la política exterior y militar de Estados Unidos (Schulzinger, 1997), además de dejar una lección duradera sobre los límites del poder militar y la complejidad de intervenir en conflictos extranjeros (Villares & Bahamonde, 2012).

El impacto de la Guerra de Vietnam también se reflejó significativamente en el arte de la época, y los artistas del Pop Art abordaron temas políticos y sociales contemporáneos, incluyendo la guerra y sus efectos en la vida cotidiana. Un ejemplo notable es la serie *House Beautiful: Bringing the War Home* (c. 1967-1972) de Martha Rosler. Esta serie de fotomontajes combina imágenes de revistas de decoración del hogar con fotografías de la guerra de Vietnam, creando una yuxtaposición impactante que critica la indiferencia y desconexión de la sociedad estadounidense hacia el conflicto. Y hemos

comentado la obra *Red Striped Kitchen*, pero desde el punto de vista del epígrafe bajo el que se analiza: el hogar suburbano y la familia ideal.

Ahora comentaremos otra de las obras más destacadas de esta serie, *Cleaning the Drapes*, obra en la cual Rosler superpone una imagen de una mujer limpiando las cortinas en un entorno doméstico típico sobre una fotografía de soldados estadounidenses en medio de una operación militar en Vietnam.



Cleaning the drapes, Martha Rosler, 1967-1972

La figura de la mujer, tomada de una revista de estilo de vida, representa el ideal doméstico y la vida cotidiana segura y ordenada que se promocionaba en los medios de comunicación de la época (Kidder, 2014).

Rosler utiliza esta yuxtaposición para resaltar la disonancia entre la vida doméstica en Estados Unidos y la brutal realidad de la guerra en Vietnam. La escena de la mujer limpiando las cortinas simboliza la rutina y la normalidad que la sociedad estadounidense intentaba mantener, a pesar de la violencia y el caos que se desarrollaban al otro lado del mundo. Esta obra parece poner de manifiesto la manera en que la guerra fue consumida como una imagen mediática, desprovista de su horror real y complejidad, y cómo la sociedad fue capaz de continuar con su vida cotidiana sin enfrentar plenamente las implicaciones del conflicto.

La obra también puede interpretarse como una crítica a la apatía y la superficialidad de la cultura de consumo, que priorizaba la apariencia y el confort doméstico sobre la conciencia y la acción política. Rosler cuestiona la manera en que los medios de comunicación y la publicidad perpetuaban esta desconexión, fomentando una visión de la guerra como algo distante e irreal. Al integrar imágenes del conflicto en el espacio doméstico, la artista obliga al espectador a confrontar esta realidad incómoda y a reflexionar sobre su propia complicidad en la perpetuación de la indiferencia.

Por otra parte, se estaba dando en aquel momento la carrera espacial, otra manifestación crucial de la Guerra Fría que representaba la competencia entre Estados Unidos y la Unión Soviética por la supremacía tecnológica y científica. Esta competencia se inició oficialmente en 1957 cuando la Unión Soviética lanzó el Sputnik 1, el primer

satélite artificial en órbita terrestre, sorprendiendo al mundo y desafiando la percepción de la superioridad tecnológica de Estados Unidos (McDougall, 1985).

En respuesta, Estados Unidos aceleró su programa espacial, culminando en la creación de la NASA en 1958. La competencia se intensificó con varios hitos, incluyendo el primer vuelo espacial tripulado por el cosmonauta soviético Yuri Gagarin en 1961. El presidente John F. Kennedy, en un esfuerzo por restaurar el prestigio estadounidense, anunció el ambicioso objetivo de enviar un hombre a la Luna y devolverlo sano y salvo antes del final de la década (Neufeld, 2018).

Este objetivo se logró el 20 de julio de 1969, cuando los astronautas Neil Armstrong y Buzz Aldrin del Apolo 11 aterrizaron en la Luna, con Armstrong proclamando: "Es un pequeño paso para el hombre, un gran salto para la humanidad" (Chaikin, 1994). Este logro no solo representó un triunfo técnico y científico, sino también una victoria simbólica en la Guerra Fría, demostrando la capacidad y el liderazgo de Estados Unidos en el escenario global. La carrera espacial continuó con otros proyectos importantes, incluyendo las misiones Apolo posteriores y el desarrollo de la estación espacial Skylab. Aunque la competencia espacial se moderó en la década de 1970 con la era del déjete, los logros de este período establecieron la base para futuras exploraciones y colaboraciones internacionales en el espacio (Brzezinski, 2007).

Esta fascinación y fervor cultural que rodearon la carrera espacial durante la década de 1960 también encontraron expresión en el arte del Pop Art. La obra *Valentine* (1966) de Evelyne Axell es un ejemplo vibrante y provocativo de esta tendencia. Axell, aunque es una artista belga del Pop Art, se inspiró en Estados Unidos y su cultura a la hora de crear sus piezas. La artista utilizó esta obra para explorar temas de feminidad, sexualidad y la intersección de estos con la tecnología y la exploración espacial, reflejando la influencia de la carrera espacial en la cultura popular y en las artes visuales.

En *Valentine*, Axell representa a una mujer astronauta, vestida con un traje espacial blanco que sugiere desnudez debido a la transparencia del material y la postura provocativa de la figura. La obra está ejecutada con colores brillantes y audaces, características del Pop Art, y utiliza materiales industriales como el plexiglás, lo que enfatiza la modernidad y la tecnología. El traje espacial, símbolo de la tecnología avanzada y la conquista del espacio, se convierte en un elemento de erotismo y empoderamiento en su obra y la imagen de la astronauta mujer no solo rompe con los

estereotipos de género, sino que también resalta la sexualización de la figura femenina en la cultura popular.

Valentine también refleja la obsesión cultural con la carrera espacial y cómo esta se convirtió en un símbolo del progreso y la modernidad durante la Guerra Fría. Axell seleccionó como emblema de su causa a la cosmonauta soviética Valentina Tereshkova, la primera mujer en el espacio, quien es presentada tanto como una heroína feminista como una figura sexualizada. La obra está compuesta por un fondo dorado y una figura femenina blanca en pose de pin-up, pintada en silueta. Un largo cierre se extiende por el cuerpo de la figura, siguiendo la línea de una



Valentine, Evelyne Axell, 1966

prenda de vestir. Cuando se desabrocha, crea una abertura en la pintura blanca, exponiendo una superficie color carne debajo que sugiere un escote, el ombligo y el pubis. Junto a la figura, en el lado izquierdo del lienzo, cuelga un casco blanco con una visera de perspex (Frigeri, 2015).

Esta obra parece abordar los profundos cambios sociales y de género que estaban ocurriendo en la década de 1960, utilizando la imagen de una mujer astronauta para cuestionar y desafiar las normas establecidas. Axell combina una silueta femenina idealizada con un casco espacial, creando una obra que es tanto un monumento al erotismo femenino como una crítica a la exclusión de las mujeres de los logros científicos y tecnológicos.

Tanto la Guerra de Vietnam como la carrera espacial fueron componentes cruciales de la Guerra Fría, un período de tensión global y competencia entre dos superpotencias con ideologías diametralmente opuestas. La política de contención de Estados Unidos y la propaganda de la superioridad tecnológica de ambas naciones llevaron a una serie de confrontaciones y logros que definieron gran parte de la segunda mitad del siglo XX.

La Guerra de Vietnam demostró las complejidades y los costos de la política de contención, mientras que la carrera espacial destacó la capacidad de la ciencia y la tecnología para influir en la política global y la percepción pública. Ambos eventos no solo moldearon la política exterior de Estados Unidos, sino que también dejaron una marca indeleble en la cultura, la sociedad y el desarrollo tecnológico global.

6. Conclusión

El análisis de los patrones de consumo de la posguerra, a través de las obras del Pop Art desde una perspectiva feminista, nos muestra no solo la riqueza y complejidad de este movimiento artístico, sino también cómo las dinámicas culturales y económicas de la época se entrelazaron profundamente con la producción artística. Hemos visto cómo el arte puede ser un poderoso vehículo para la crítica social y la reflexión sobre los roles de género, la cultura de consumo y la identidad tanto individual como colectiva.

Como mencionamos en la introducción, Lucy Lippard (1976) argumentaba que si las principales figuras del Pop Art hubieran sido mujeres, probablemente el movimiento habría sido desestimado como simple "arte doméstico". Sin embargo, al ser principalmente hombres quienes crearon obras basadas en productos de consumo, se percibió como una innovación en el arte. Por eso, este trabajo de investigación aborda y trata de aportar e investigar a cerca un vacío significativo en la historiografía del arte. No solo visibilizamos las contribuciones de las artistas, sino que también analizamos cómo usaron la iconografía popular y cotidiana para criticar la sociedad de consumo y los roles de género, cuestionando las normas sociales y proponiendo nuevas formas de entender la identidad y el empoderamiento femenino.

El Pop Art surgió en un contexto de prosperidad económica y auge del consumo en Estados Unidos, donde la publicidad y los medios de comunicación transformaron radicalmente los patrones de consumo y estilo de vida. Este movimiento artístico capturó y reflejó estos cambios, utilizando imágenes y símbolos de la cultura popular para tanto celebrar como criticar la materialidad y superficialidad. Las artistas femeninas del Pop Art, aunque menos reconocidas en su momento, jugaron un papel crucial en la deconstrucción de las representaciones tradicionales de género y en la crítica de la objetificación femenina en la publicidad y los medios.

El enfoque metodológico adoptado en esta investigación, que combina análisis visual y contextual, ha permitido una comprensión más completa del impacto socioeconómico y cultural del Pop Art. Al integrar fuentes diversas y realizar un análisis comparativo entre las obras de artistas femeninas y sus contrapartes masculinas, hemos proporcionado una base sólida para argumentar la relevancia de las contribuciones femeninas al movimiento y a la explicación de los sucesos relevantes de la época mediante sus aportaciones.

En conclusión, esta investigación no solo visibiliza a las artistas femeninas, sino que también enfatiza la necesidad de una historiografía del arte más inclusiva y equitativa. Reconocer estas contribuciones es crucial para avanzar hacia una comprensión más completa y justa del desarrollo y la crítica del Pop Art. Este trabajo reafirma que las voces diversas dentro de cualquier movimiento artístico son esenciales para una comprensión integral de su impacto y significado, destacando la importancia del arte como un espejo de la sociedad que refleja tanto sus virtudes como sus vicios. Al valorar las aportaciones de las mujeres al Pop Art, avanzamos hacia una historiografía del arte más justa, inclusiva y representativa de la diversidad de experiencias que han dado forma a la historia del arte.

Declaración de Uso de Herramientas de Inteligencia Artificial Generativa en Trabajos Fin de Grado

ADVERTENCIA: Desde la Universidad consideramos que ChatGPT u otras herramientas similares son herramientas muy útiles en la vida académica, aunque su uso queda siempre bajo la responsabilidad del alumno, puesto que las respuestas que proporciona pueden no ser veraces. En este sentido, NO está permitido su uso en la elaboración del Trabajo fin de Grado para generar código porque estas herramientas no son fiables en esa tarea. Aunque el código funcione, no hay garantías de que metodológicamente sea correcto, y es altamente probable que no lo sea.

Por la presente, yo, [Nombre completo del estudiante], estudiante de [nombre del título] de la Universidad Pontificia Comillas al presentar mi Trabajo Fin de Grado titulado "[Título del trabajo]", declaro que he utilizado la herramienta de Inteligencia Artificial Generativa ChatGPT u otras similares de IAG de código sólo en el contexto de las actividades descritas a continuación [el alumno debe mantener solo aquellas en las que se ha usado ChatGPT o similares y borrar el resto. Si no se ha usado ninguna, borrar todas y escribir "no he usado ninguna"]:

1. **Brainstorming de ideas de investigación:** Utilizado para idear y esbozar posibles áreas de investigación.
- 2.
3. **Referencias:** Usado conjuntamente con otras herramientas, como Science, para identificar referencias preliminares que luego he contrastado y validado.
- 4.
- 5.
6. **Estudios multidisciplinares:** Para comprender perspectivas de otras comunidades sobre temas de naturaleza multidisciplinar.
- 7.
8. **Corrector de estilo literario y de lenguaje:** Para mejorar la calidad lingüística y estilística del texto.
- 9.
10. **Sintetizador y divulgador de libros complicados:** Para resumir y comprender literatura compleja.
- 11.
- 12.
13. **Revisor:** Para recibir sugerencias sobre cómo mejorar y perfeccionar el trabajo con diferentes niveles de exigencia.
- 14.
- 15.

Afirmo que toda la información y contenido presentados en este trabajo son producto de mi investigación y esfuerzo individual, excepto donde se ha indicado lo contrario y se han dado los créditos correspondientes (he incluido las referencias adecuadas en el TFG y he explicitado para que se ha usado ChatGPT u otras herramientas similares). Soy consciente de las implicaciones académicas y éticas de presentar un trabajo no original y acepto las consecuencias de cualquier violación a esta declaración.

Fecha: 04/06/2024

Firma: Lucía Peñarúa Cancelo (54128834J)

Bibliografía

- Adamson, G. (2017, April 5). Weaving together the story of a forgotten pop artist and her rugs. *Hyperallergic*. <https://hyperallergic.com/369863/weaving-together-the-story-of-a-forgotten-pop-artist-and-her-rugs/>
- Alloway, L. (1974). *American Pop Art*. Collier Books.
- Balaam, D. N., & Dillman, B. (2018). Wealth and power: The mercantilist perspective. In *Introduction to international political economy* (7th ed., pp. 49-71). Routledge Taylor & Francis Group.
- Barnouw, E. (1982). *Tube of plenty: The evolution of American television*. Oxford University Press.
- BBC News Mundo. (2019, November). “El sueño americano es una farsa”: qué es la “trampa de la meritocracia” (y cómo afecta tanto a pobres como a ricos en Estados Unidos). *BBC*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-50258187>
- Berry, I., & Duncan, M. (2013). *Someday is now: The art of Corita Kent*. Prestel USA.
- Boyle, P. G. (2004). *Eisenhower (1st ed.)*. Taylor & Francis Group.
- Breward, C. (2003). *Fashion*. Oxford University Press.
- Brzezinski, Z. (2007). *Second chance: Three presidents and the crisis of American superpower*. Basic Books.
- Chaikin, A. (1994). *A man on the moon: The voyages of the Apollo astronauts*. Viking.
- Cohen, L. (1996). From Town Center to Shopping Center: The Reconfiguration of Community Marketplaces in Postwar America. *The American Historical Review*, 101(4), 1050–1081. <https://doi.org/10.2307/2169634>
- Cohen, L. (2003). *A consumer's republic: The politics of mass consumption in postwar America*. Knopf.
- Dackerman, S. (2015). *Corita Kent and the language of Pop*. Hammer Museum. <https://hammer.ucla.edu/collections/grunwald-center-collection/corita-kent/essays/corita-kent-and-the-language-of-pop>
- Eisenman, H. J. (2022). *Pop art*. Salem Press Encyclopedia.

- Feinberg, R. A., & Meoli, J. (1991). A brief history of the mall. En R. H. Holman & M. R. Solomon (Eds.), *Advances in consumer research* (Vol. 18, pp. 426-427). Association for Consumer Research.
- Fontana, J. (2011). *Por el bien del imperio. Una historia del mundo desde 1945*. Editorial Pasado & Presente.
- Fox, M. (2014, May 16). Elaine Sturtevant, who borrowed others' work artfully, is dead at 89. *The New York Times*.
<https://www.nytimes.com/2014/05/17/arts/design/elaine-sturtevant-appropriation-artist-is-dead-at-89.html>
- Fox, S. (1984). *The mirror makers: A history of American advertising and its creators*. University of Illinois Press.
- Friedan, B. (1961). *The Feminine Mystique* (1st ed.). W. W. Norton & Company.
- Frigeri, F. (2015). *Valentine by Evelyne Axell*. Tate Museum.
<https://www.tate.org.uk/art/artworks/axell-valentine-t14349>
- George, S. (Director). (2012). *La II Guerra Mundial desde el espacio* [Video]. Youtube Canal Historia. <https://www.youtube.com/watch?v=9JR7keV3pJ4>
- Gompertz, W. (2012). *What are you looking at? 150 years of modern art in the blink of an eye*. Penguin Books.
- Hallin, D. C. (1986). *The uncensored war: The media and Vietnam*. Oxford University Press.
- Harrison, S. (2001). Lawrence Alloway: Pop Art and the "Pop Art-Fine Art Continuum." In *Pop Art and the Origins of Post-Modernism* (pp. 37–67). chapter, Cambridge: Cambridge University Press.
- Hobsbawm, E. J. (1994). *Historia del siglo XX*. Crítica.
- Honnef, K. (2004). *Pop art*. Taschen.
- Jacob, L. (2023). *Supermarket*. Salem Press Encyclopedia.
- Jackson, K. T. (1985). *Crabgrass frontier: The suburbanization of the United States*. Oxford University Press.

- Kidder, A. D. (2014). *Women Artists in Pop: Connections to Feminism in Non-Feminist Art* [Master's thesis, Ohio University]. Ohio LINK Electronic Theses and Dissertations Center.
http://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=ohiou1388760449
- Klein, N. (2000). *No logo: Taking aim at the brand bullies*. Knopf Canada.
- Lencek, L., & Bosker, G. (1998). *Making waves: Swimsuits and the undressing of America*. Chronicle Books.
- Levinson, M. (2008). Boom and Bust. In *The box: How the shipping container made the world smaller and the world economy bigger*. (2nd ed., pp. 212–231). Princeton University Press.
- Lippard, L. R. (1966). *Pop art*. Thames & Hudson.
- Lippard, L. R. (1976). *From the center: Feminist essays on women's art*. Dutton.
- Lule, J. (2015). Television. In *Understanding media and culture: An introduction to mass communication*. (pp. 426–467). University of Minnesota Libraries Publishing.
- McDougall, W. A. (1985). Political rains and the first fruit: The Cold War and Sputnik. In *The heavens and the earth : a political history of the space age* (pp. 41–74). New York: Basic Books.
- MoMA (s. f.) *Ben-Day dots*. MoMA Art Terms. <https://www.moma.org>
- Neufeld, M. J. (2018). *Spaceflight: A concise history*. MIT Press.
- Nochlin, L. (1971) *Art and Sexual Politics: Why Have There Been No Great Women Artists?*. Macmillan.
- Ostrow, S. (2010). *Art in America: Reconfiguring Pop*. ArtNews.
<https://www.artnews.com/art-in-america/features/reconfiguring-pop-62857/#!>
- Rosler, M. (2015). *Artist interview: Martha Rosler*. Tate Interview.
- Samuel, L. R. (2017). *The American way of life: A cultural history*. University of Chicago Press.
- Schulzinger, R. D. (1997). *A time for war: The United States and Vietnam, 1941-1975*. Oxford University Press.

- Selvin, E. (2016). *The analysis of Pop Art: content, subject matter, style and form*, Research Gate. DOI: 10.13140/RG.2.1.4782.5047.
- Skal, D. J. (2004). *Hollywood Gothic: The tangled web of Dracula from novel to stage to screen*. Faber & Faber.
- Spoto, D. (1993). *Marilyn Monroe: The biography*. HarperCollins.
- Steele, V. (1997). *Fifty years of fashion: New look to now*. Yale University Press.
- Strasser, S. (1989). *Satisfaction guaranteed: The making of the American mass market*. Smithsonian Institution Press.
- Thaddaeus Ropac. (2022). *Sturtevant: Dialectic of distance*. Thaddeus Ropac Gallery. <https://ropac.net/news/960-sturtevant-dialectic-of-distance/>
- United States Commission on Civil Rights. (1980). *Civil Rights Issues of Euro-Ethnic Americans in the United States: Opportunities and Challenges*. <https://play.google.com/store/books/details?id=Iq0Q8lBbn-sC>
- Villares, R., & Bahamonde, A. (2012). *El mundo contemporáneo. Del siglo XIX al XXI*. Editorial Taurus.
- Warhol, A. (1975). *The philosophy of Andy Warhol*. Harcourt Brace Jovanovich.
- Whitham, G. (2018). *The Independent Group: Postwar Britain and the aesthetics of plenty*. MIT Press.
- Williams, A. (2012, April 17). High and low culture. *Writers Inspire*. University of Oxford. <http://writersinspire.org/content/high-low-culture>

Anexo obras

Figura 1: *Fountain*, Marcel Duchamp, 1917



Figura 2: Campbell's Soup Can (Tomato), Andy Warhol, 1962



Figura 3: *Love*, Marisol Escobar, 1962



Figura 4: Nestle's box, Marjorie Strider, 1973



Figura 5: NRA, Dorothy Grebenak, 1963



Figura 6: *Red Stripe Kitchen*, Martha Rosler, 1967-1972



Figura 7: *The Family*, Marisol Escobar, 1963



Figura 8: *Slides of Market Basket, Corita Kent, 1963*



Figura 9: *The store of Claes Oldenburg, Elaine Sturtevant, 1967*

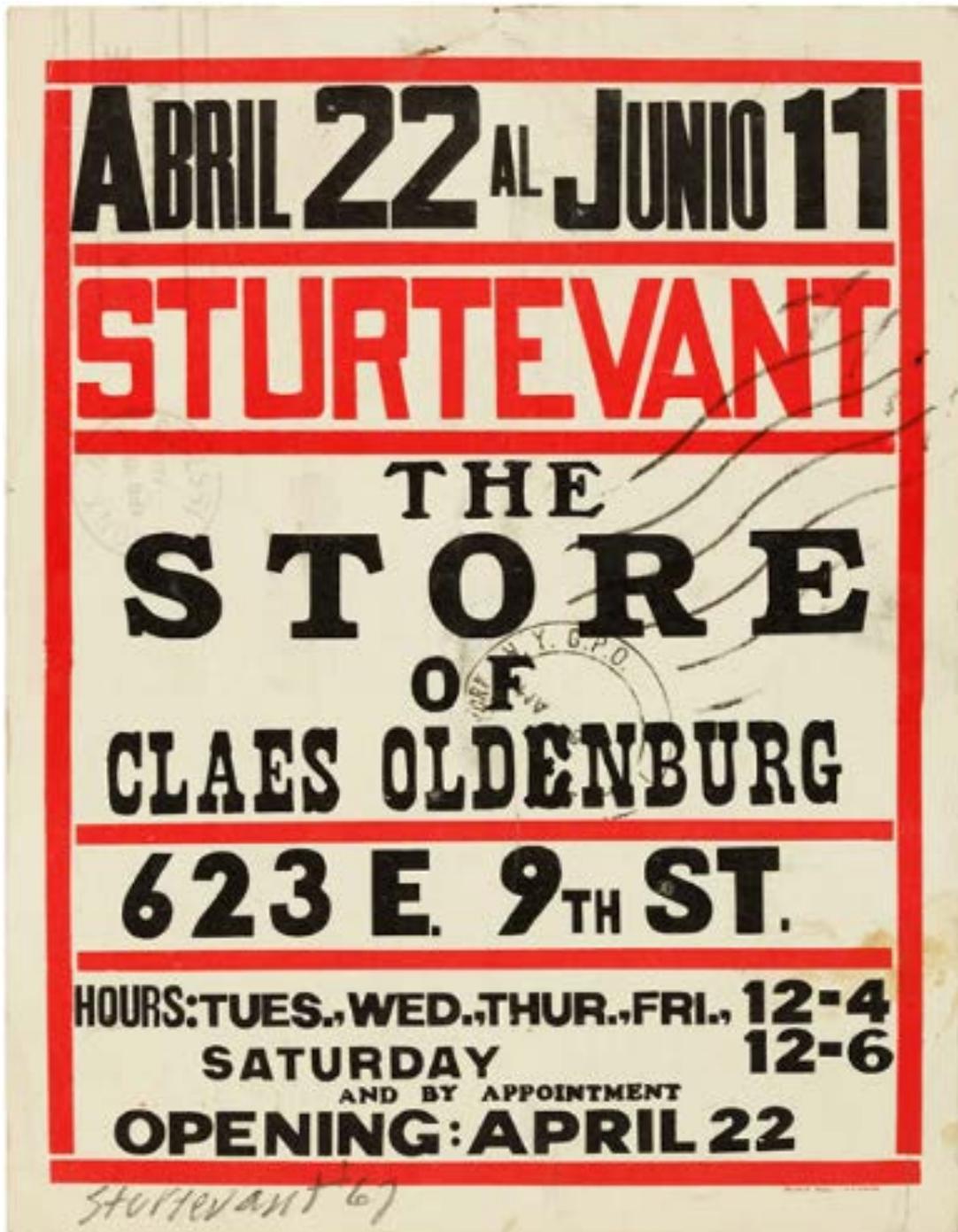


Figura 10: *Hamburger and lettuce on plate*, Elaine Sturtevant, 1967



Figura 11: *Now is the time II*, Kiki Kogelnik, 1973



Figura 12: *Green triptych*, Marjorie Strider, 1963



Figura 13: *Marilyn pursued by death*, Rosalyn Drexler 1967



Figura 14: *Château Barlow*, France Cristini, 1963



Figura 15: *Cleaning the drapes*, Martha Rosler, 1967-1972



Figura 16: Valentine, Evelyne Axell, 1966

