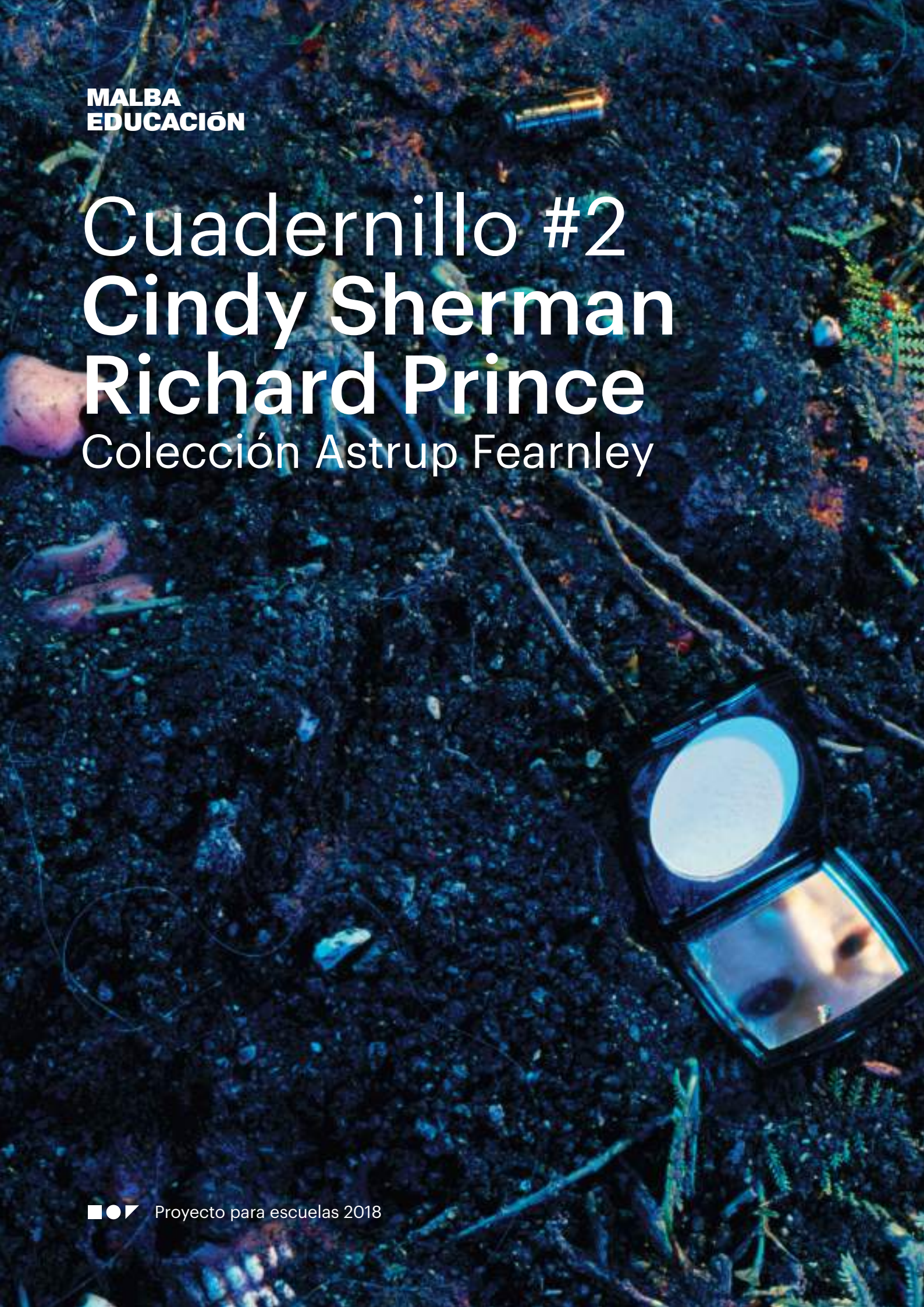


MALBA
EDUCACIÓN

Cuadernillo #2
Cindy Sherman
Richard Prince
Colección Astrup Fearnley

Proyecto para escuelas 2018

MALBA
EDUCACIÓN

Apuntes para un recorrido autónomo

¿A quiénes está dirigido este tipo de cuadernillo?

—

Está pensado para docentes y educadores que trabajan tanto en escuelas primarias como secundarias. También puede ser utilizado por el público general como herramienta para acercarse y disfrutar del arte contemporáneo. Siguiendo las propuestas, los visitantes podrán animarse a entrar en el mundo del artista y reflexionar sobre los temas y la experiencia del recorrido de la muestra.

¿Cómo puede ser utilizado por los docentes?

—

Estas propuestas pueden ser utilizadas antes, durante o después de la visita a la exposición. Cada docente podrá elegir qué actividades son acordes para sus alumnos según los objetivos curriculares y tendrá la opción de sumar otras actividades o contenidos.

¿Cual es el objetivo principal de este tipo de dispositivo?

—

Desde el área de educación de Malba buscamos impulsar el descubrimiento y la confianza en las propias intuiciones sobre el arte contemporáneo. Creemos que éste puede ser significativo y relevante para cualquiera, pero también reconocemos que a veces puede ser intimidante y confuso. Por lo tanto, los recursos que proponemos tratan de propiciar un acercamiento al pensamiento individual, junto con una interacción creativa y constructiva.

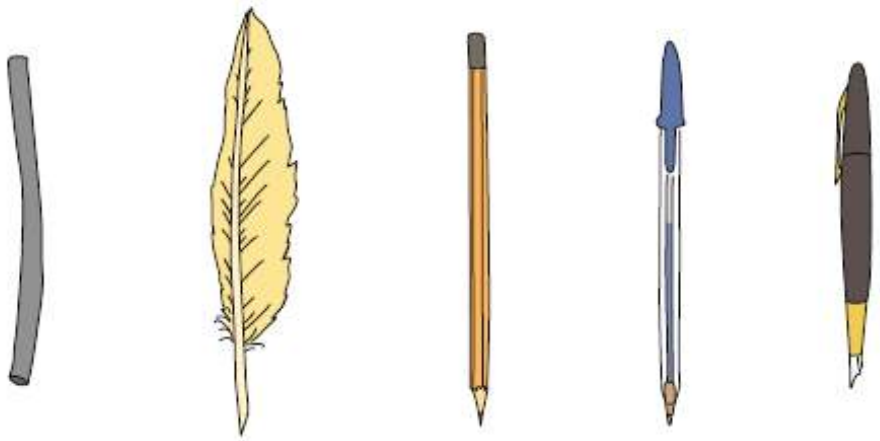


Ilustración: Diogo de Moraes

Biografía
Cindy Sherman

Cindy Sherman nació en 1954 en Nueva Jersey, Estados Unidos. Es artista plástica, fotógrafa y directora.

Sherman es una de las representantes más importantes de la fotografía en Nueva York. A pesar de que la mayoría de sus fotografías son imágenes de ella misma, no son autorretratos. Sherman utiliza su cuerpo como un medio para tratar una variedad de temas, entre ellos el rol de la mujer en el mundo moderno. A través de una serie de diferentes obras fotográficas, Sherman ha planteado preguntas difíciles e importantes sobre la naturaleza de la creación del arte y el papel y la representación de las mujeres en la sociedad, los medios de comunicación.

Cuando Cindy Sherman era una niña, solía jugar a disfrazarse, adoptando diversos personajes y roles. Más tarde, en su adolescencia y juventud, profundizó este comportamiento buscando expresar diferentes personalidades con su vestimenta.

Después de estudiar pintura en la escuela de Bellas Artes, donde su tema recurrente fueron los autorretratos basados en las imágenes de las revistas, decide dedicarse a la fotografía.

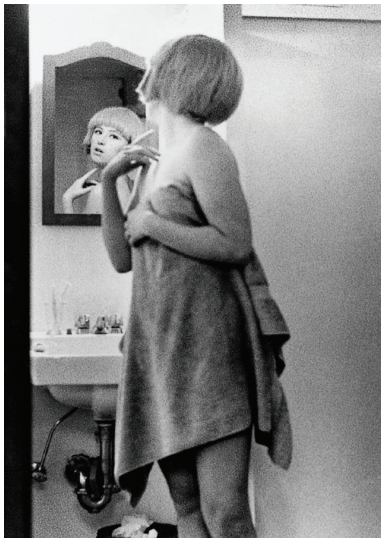
Ella utiliza la fotografía como un medio para expresar sus ideas, ya que al ponerse en contacto con el arte conceptual (donde las ideas son más importantes que la materialidad), se logra liberar de los parámetros técnicos de la fotografía.

> ***No tenía nada más que decir mediante la pintura. Estaba copiando meticulosamente otro arte, y entonces me di cuenta de que, en lugar de eso, podía simplemente utilizar una cámara y concentrarme en las ideas.***

En 1975 exhibe su primer trabajo: una serie de 23 fotografías blanco y negro sobre su rostro transformado, de manera teatral. De aquí sacaría la materia prima para sus obras más representativas: lo teatral de los autorretratos.

Entre 1977 y 1980, Sherman empieza a producir *Untitled Film Stills,* una serie de 69 fotografías blanco y negro. En ellas aparece representando personajes femeninos de distintos géneros cinematográficos, tratando de demostrar cómo la idea de la identidad femenina está construida desde las imágenes de los medios de comunicación. Esta serie representó un tema innovador en el mundo del arte, y le permitió erigirse como una de las artistas más influyentes y prominentes de su generación.

A lo largo de su carrera artística, Sherman ha abordado y manipulado figuras femeninas, inventando nuevos tipos de imágenes que, de una manera excepcionalmente original, cuentan historias sobre la mujer en la sociedad. Esta originalidad reside esencialmente en su habilidad para crear una amplia gama de personajes, con la ayuda de maquillaje y prótesis, utilizando su propio cuerpo como materia prima y soporte; personajes que fija y transfiere a sus fotografías. Cada una de éstas sugiere una cierta clase de acción, insinúa que algo está por suceder o acaba de ocurrir. Su cuerpo transformado es a la vez pintura y escultura, ancladas en una realidad social.



Biografía
Richard Prince

Richard Prince nació en 1949 en la zona del Canal de Panamá, pero vive desde hace muchos años en Estados Unidos. Es pintor y fotógrafo.

En 1973, **Prince** decide ingresar en el Instituto de Arte de San Francisco, pero al no tener éxito, decide trasladarse a trabajar a Nueva York. En este tiempo trabaja para la editorial Time-Life, ocupándose de archivar los recortes de prensa de las revistas impresas. Al final de la jornada le quedaban restos de páginas con avisos publicitarios. En esta época va perfilando su estilo artístico usando estas imágenes anónimas del mundo publicitario para crear sus obras. Su obra ha sido a menudo objeto de mucho debate en el mundo del arte, sobre todo por la creación de las *refotografias*, es decir una fotografía de una fotografía.

En 1975, Prince fue centro de atención en el mundo del arte al crear una serie de *collages* basados en fotografías que iba tomando de distintos anuncios publicitarios y otros medios. De este modo revolucionó absolutamente la idea de autoría y cuestionó el papel tradicional del artista.

Dos años más tarde comienza a *refotografiar* fotos de revistas para armar sus obras. La primera de ellas fue *Untitled (Living Rooms)* refotografiando imagenes de living rooms de la revista del *New York Times*. En esta época también entra en contacto con otros artistas que estaban trabajando con la imagen de una manera conceptual, entre ellos, Cindy Sherman.

En 1980 comienza con la serie *Cowboys*, uno de sus trabajos más reconocidos. En ella refotografía las publicidades de los cigarrillos Malboro. Estas obras sellaron su reputación como un destacado manipulador de símbolos sociales y culturales.

Su obra Untitled Cowboy fue la primera "fotografía" en alcanzar el precio de un millón de dólares en una subasta en el año 2005.

En el año 2014, Prince expande su trabajo incorporando el mundo de las redes sociales en sus obras. En la muestra *New Portraits* expone una serie de treinta y ocho obras derivadas de diferentes perfiles de Instagram. Al mismo tiempo comenta en esas cuentas de Instagram cosas como "No hagas nada. Simplemente sé tu misma". La muestra tuvo una gran repercusión y sitúo una vez más a Prince en el eje de la controversia de los derechos de autor y la libertad artística.

Richard Prince es elogiado como un maestro de la apropiación consumista. Su centro de atención es la identidad estadounidense y la cultura dominante caracterizada por cowboys y caballos, autos y motos, y una apabullante cultura de los famosos, que abarca tanto las industrias de la música y del cine como a una nueva dimensión dentro de dicha cultura: las redes sociales.

Contexto
Nueva York en los años 70

Ambos artistas son parte esencial de un movimiento que comenzó a desarrollarse desde mediados de los años 70 en la escena neoyorquina, impulsado por artistas que trabajaban con la idea de la **apropiación** de una imagen ya existente, para su transformación en pos de una nueva idea o concepto.

Cindy Sherman y Richard Prince integraron el grupo de la **Picture Generation** [Generación de la Imagen], constituido por artistas visuales formados bajo la teoría del conceptualismo, que sostenían la primacía de la idea sobre el producto o la forma. En lugar de inventar figuras y formas, estos artistas tomaban prestados procesos, ideas, imágenes u objetos preexistentes y los exponían tal como eran, o los transformaban y recontextualizaban para darles un nuevo significado. Así proponían una percepción crítica de la sociedad contemporánea, utilizando como medio imágenes de la cultura popular.

En esta práctica retoman a numerosos predecesores del campo del arte –entre ellos, el *ready made* de Marcel Duchamp y el arte pop de Andy Warhol y Roy Lichtenstein–, tanto en la reivindicación del objeto cotidiano como obra artística, como en el tema de la propiedad intelectual y la autoría. Ambos movimientos atacan la idea de originalidad, y cuestionan la definición tradicional de arte. Antes de Duchamp la pintura estaba relacionada principalmente con la creación de formas y figuras, pero el *ready made* y el arte pop fueron claves en desplazar ese registro hacia cuestiones vinculadas a la apropiación.

Para Prince, Sherman y varios otros artistas como Barbara Kruger o Robert Longo, se trataba de presentar las imágenes de la cultura de masas fuera de su contexto, despojándose de su finalidad original. Su esfuerzo estaba centrado en explorar cómo las imágenes moldean nuestra percepción del mundo y de nosotros mismos.

> ***Ignoramos qué está ocurriendo en esas imágenes, pero tenemos la certeza de que algo está sucediendo, y ese algo es una ficción narrativa. Nunca consideraríamos esas fotografías otra cosa que una escenificación. (Douglas Crimp, "Pictures", October, 1979)***

1

2

3

4

5

6

7

1. Marcel Duchamp (R. Mutt).
   Fuente, 1917
2. Andy Warhol.
   Marilyn Monroe, 1964
3. Roy Lichtenstein.
   Chica con bandana, 1965
4. Robert Longo.
   (Sin título) de la serie "Hombres en las ciudades", 1980
5. Barbara Kruger.
   (Sin título) [Compro, por lo tanto soy], 1987
6. Richard Prince.
   No sabe leer, no sabe escribir, no sabe nadar, 1991
7. Barbara Kruger. (Untitled),
   [Si no controlas tu mente, alguien más lo hará], 1987

¿Qué les parece que pueden comunicar estas imágenes?
¿Con qué sentido las pensaron las artistas?
¿Tienen valor artístico? ¿Por qué?
¿Qué relaciones tienen los textos con las imágenes? ¿Refuerzan o contradicen lo que vemos?

Temas
para trabajar en el aula

AUTORÍA / ORIGINALIDAD / APROPIACIÓN

Untitled (Cowboy), 1980-1986
Sin título (Cowboy)
Fotografía en Ektacolor 76 x 114 cm

¿Quienes son los protagonistas en esta obra?
¿Qué nos invita a pensar o imaginar esta imagen?
¿Es importante el título en esta obra? ¿Por qué?
¿Cuál será la preocupación del artista que realizó este trabajo?
¿Qué es lo que convierte esta fotografía en una obra de arte?

La serie Cowboys es una de las piezas centrales en la obra de Richard Prince. El artista *refotografía* las imágenes del vaquero presente en las publicidades de cigarrillos Marlboro de la época, ese hombre rodeado de caballos salvajes en un entorno natural magnífico, con grandiosas puestas de sol. A las publicidades originales las interviene eliminando los textos y ampliando los motivos para luego presentarlas como obras originales propias. En estas obras, Prince busca aislar y problematizar el estereotipo del héroe americano, la nostalgia por los valores perdidos y la cultura masculina. Al mismo tiempo, pone el foco en el significado de las imágenes en la sociedad estadounidense y el modo en que éstas pueden afectar sus ideales y valores.

La curadora de la exposición Victoria Giraudo afirma: "Refotografiar estas imágenes publicitarias y convertirse así en su autor constituyó un gesto innovador, pero también fue una forma de deconstruir los mecanismos de las imágenes manipuladoras, montadas para convencer a las personas de fumar esa marca de cigarrillos. Convertidas en imágenes de Prince, conservan sin embargo su poder de seducción.

¿Estás de acuerdo con esta afirmación? ¿Crees que esta imagen puede contener una denuncia hacia la sociedad de consumo? ¿Por qué?

SOCIEDAD DE CONSUMO

Untitled #458, 2007-2008
(Sin título Nº 458)
Impresión cromogénica 195 x 147 cm

¿Consideras estas piezas obras de arte? ¿Por qué?
¿Qué condiciones tiene que tener una obra de arte para ser considerada tal?
¿Les resultaría extraño ver una obra como esta en un museo?
¿Que esta obra haya sido utilizada como publicidad anula su posibilidad de ser obra de arte?

En *Untitled #458* Sherman aparece como una mujer entrada en años, maquillada en exceso y vestida con un atuendo llamativo. Este excéntrico personaje evoca el estereotipo de una editora de modas o de una *fashion victim* entrada en años. Sherman parece ironizar sobre la fotografía y la industria de la moda. Sin embargo, esta obra fue originalmente un encargo de la revista *Vogue* para mostrar una colección de la marca Balenciaga.

ESTEREOTIPOS DE GÉNERO/ IDENTIDAD

Untitled #93, 1981
(Sin título #93, 1981)
Impresión comogénica, 61 x 122 cm

¿Qué tipo de mujer representa Sherman en esta obra?
¿Que podría estar sucediéndole?
¿Qué pasaría si en vez de una mujer hubiera un hombre en esta imagen?
¿Nos daría la misma sensación?

En esta obra, Cindy Sherman se presenta como una mujer vulnerable, recostada boca arriba. El plano remite a un plano cinematográfico de una mujer emotiva y ambigua en su intimidad, una mujer frágil en medio de la ensoñación. La artista ha afirmado que esta serie resalta la cosificación de las mujeres por parte de la mirada masculina y problematiza la noción de feminidad de los años 50 y 60.

Untitled (Cowboy), 1999
Sin título (Cowboy)
Acrílico sobre tela 342 x 300 cm

¿Qué tipo de hombre representa Prince en esta imagen?
¿Qué rol cumpliría en una sociedad?
¿A qué otras ideas nos remite?
¿Esta obra tiene cosas en común con la obra de Cindy Sherman? ¿Por qué?

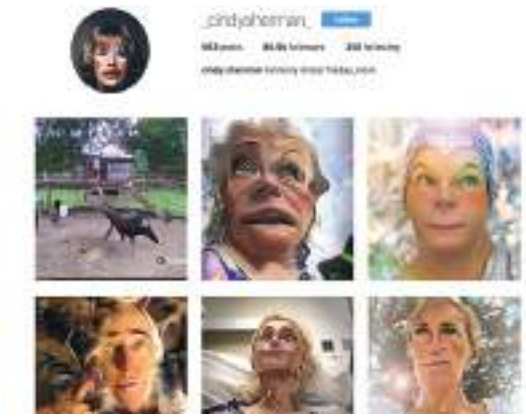
En esta obra, Prince amplía la publicidad de Marlboro a un tamaño de casi 3.5 x 3 mts, para maximizar el momento en que el cowboy americano doma, mediante su lazo, a un caballo encabritado. Retoma así, en una sola imagen, los valores tradicionales de la masculinidad: el hombre de acción y la domesticación de lo salvaje.

REDES SOCIALES

A pesar de que previamente había expresado su escepticismo con respecto a las redes sociales, **Sherman** hizo pública en el 2017 su cuenta de Instagram @_cindysherman. Este anuncio atrajo una atención considerable y provocó discusiones acerca de si su manipulación creativa de las fotografías en ese medio puede ser considerada como parte de su práctica artística.

Por su parte **Prince,** en su serie más reciente *New Portraits*, se centró en imágenes de perfiles públicos de Instagram, que refotografió y expuso como obras originales suyas. Al utilizar fotos de mujeres jóvenes que posan en las redes sociales, Prince también llama críticamente la atención sobre el deseo actual de presentarse y exhibirse en Internet, donde la circulación de imágenes no puede ser controlada.

¿Cómo nos mostramos en las redes sociales? ¿A quién o quiénes están dirigidas esas imágenes? ¿Qué finalidad tienen?
¿Somos dueños de las imágenes que publicamos en internet?



Glosario y citas del contexto

Apropiacionismo
Es un movimiento artístico en el que, el o la artista elabora su obra mediante elementos de obras ajenas. Estos elementos ajenos pueden ser imágenes, formas o estilos de la historia del arte o de la cultura popular, o bien materiales y técnicas obtenidos de un contexto no artístico. Desde la década de 1980, el término también se refiere más específicamente al hecho de citar la obra de otro artista para crear una nueva obra.

Arte conceptual
El arte conceptual es un movimiento artístico que surge en los años 60, en el que las ideas acerca de la obra prevalecen sobre sus aspectos formales o sensibles. Los artistas de este movimiento buscaron alterar los presupuestos del arte tradicional: conceptos como belleza, calidad, originalidad, etc. Varios autores hablan del arte contemporáneo como un arte post-conceptual, sugiriendo el gran impacto que el arte conceptual ha tenido en la evolución general del arte. También es común relacionarlo con los *ready-mades* que el artista francés Marcel Duchamp realizó en las décadas de 1910 y 1920, en los cuales la obra artística ya no es interpretada como un objeto de contemplación fabricado por la mano de su creador, sino como un objeto de especulación intelectual. Algunos de los medios más empleados en el arte conceptual son el texto, la fotografía, la performance y el vídeo.

Arte pop
Es un movimiento artístico surgido en Reino Unido y Estados Unidos entre los años 50 y 60, inspirado en la estética de la vida cotidiana y los bienes de consumo de la época, tales como los anuncios publicitarios, los *comic books*, los objetos culturales "mundanos" y el cine. El arte pop buscaba utilizar imágenes populares en oposición a la cultura elitista de las Bellas Artes, separándolas de su contexto o combinándolas con otras, además de resaltar el aspecto banal o *kitsch* de algún elemento cultural, a menudo a través del uso de la ironía. El arte pop y el minimalismo son considerados los últimos movimientos del arte moderno y por lo tanto precursores del arte postmoderno.

Refotografías
Refotografiar es el acto de repetir una fotografía de un mismo sitio, con un espacio de tiempo entre las dos imágenes; un documento de un área, edificio o espacio en concreto. En el campo artístico se trata de fotografiar una imagen publicada o refotografiar una fotografía y generar una nueva obra en base a la original.