

CAPITULO II
PRINCIPALES OBRAS Y COMENTARIOS



*“They blind
your eyes
and drain
your brain.”*

**"The things
I always think about
in terms of my work
are reinforced each time
I read the newspaper,
turn on the TV, see a movie
or walk down the street
- the issues of power, sex,
death, money and love."**

Bárbara Kruger no tiene una carrera universitaria y tampoco terminó sus estudios en una escuela de arte. Sin embargo, uno de los mecanismos legitimadores en nuestra cultura⁹⁰, la reconoce como una excelente artista. En 1964, se inscribió en la Universidad de Siracusa, pero sin dinero suficiente para seguir estudiando, y con la prematura muerte de su padre acaecida el año siguiente, tuvo que dejar los estudios y regresar a Newark, Nueva Jersey, lugar en el que nació en 1945. Siempre con el ánimo de salir adelante, se empleó como telefonista, mientras empezó algunos cursos en la Escuela de Diseño Parsons. A pesar de ser buena estudiante y de tener el apoyo de sus profesores, nuevamente abandonó la escuela por un empleo como dibujante en la revista *Mademoiselle* y rápidamente fue promovida a jefa del departamento de Diseño. Poco después trabajaba ya en la importante revista de viajes *Conde Nast*.

Como mujer, Bárbara siempre se sintió intimidada por el mundo del arte. La de 1969, era una época en la que el ambiente artístico no promovía la obra de las mujeres artistas y mucho menos de los artistas de color. Comenzó su carrera como feminista, tomando la decisión de abandonar las raíces del diseño. Realizó cuadros hechos en tela y experimentó con la pintura por un tiempo. Sus primeros intentos, mostraban una gran inseguridad en el manejo de los textiles y

⁹⁰ Cfr.p.17, Teorías Expresivas. Uno de los mecanismos legitimadores, es el reconocimiento de la artista por parte de los expertos o críticos de arte, aunque Kruger no obtuviera un grado académico terminal que la legitime como artista.

el “arte femenino” (este tipo de arte era una tendencia muy particular de las artistas, en especial de su proyecto feminista radical que trataba de integrar las actividades consideradas “femeninas” dentro del mundo “masculino” del arte, en el cual no se incluyó jamás la cerámica o el bordado), y pronto se desilusionó por la falta de sustancia de su naturaleza decorativa y la ausencia de motivación en relación con sus inquietudes. Ella siempre se ha considerado una persona productiva y trabajó muy duro para exponer en 1973, la pintura “2 a.m. cookie”. Un año después participaba en una exhibición del Artist’s Space y en 1975 se presentaba en la Galería Fishbach de Nueva York.

Dadas sus dotes creativas y su increíble capacidad, en 1976, la Universidad de California en Berkeley le ofreció un puesto como profesora. Desde entonces, esta casa de estudios ha sido un pequeño remanso al que Bárbara regresará una y otra vez. Es importante decir, que éste fue un momento de profunda reflexión sobre su vida y su papel en el mundo del arte. Ya inmersa en el mundo académico de la Universidad de Berkeley, tuvo la gran fortuna de conocer las teorías de Foucault, Roland Barthes, Julia Kristeva y Jacques Lacan, personajes que serán esenciales para descifrar su comprensión del contexto socio – cultural. Ella comprendió, en primera instancia, que las redes de relaciones de unos sujetos con respecto a otros definen la identidad del individuo, (tesis sostenida por Foucault, que concibe al sujeto construido por las fuerzas sociales); en segundo lugar, Barthes le proporcionó la idea de que ese “poder” se ejerce por medio del lenguaje.

Preocupada siempre por los temas políticos y sociales de su época, trató de encontrar una forma de relacionarlos y expresar sus ideas. La concepción de su obra característica se debe en gran medida a estos dos pensadores. Kruger impone su visión y su poder a través del lenguaje que ella domina: las imágenes. Su trabajo artístico evolucionó para denunciar la forma en que se oprime y se objetiva a la mujer y hacia la crítica del poder masculino. Ella define su obra como el análisis del “...panorama de las relaciones sociales mediadas por las imágenes”. Si bien comenzó como crítica sobre el tema del género y sigue

siendo uno de los principales enfoques de Bárbara, también se preocupa por mostrar la conexión entre el rol social de la mujer, el consumo de masas y la ideología patriarcal.

Todavía en 1977, no encontraba su propio estilo, sin embargo publicó *Picture/Readings*, un libro en el que incluyó fotografías confrontadas por pequeños párrafos. Para finales de 1979 y principios de 1980, divulgó las primeras obras en las que se apropiaba de imágenes comerciales en blanco y negro con frases o palabras en blanco sobre un fondo de banda roja, diseño por el que sería reconocida internacionalmente, su impactante estilo fue una descarga fulminante. "*Pictures and Promises. A Display of Advertising, Slogans, and Interventions*" fue una exposición para el Kitchen Center for Video and Music, que se incluyó en "Public Address" en la Galería Annina Nosei.

A finales de los años setentas se asoció con un grupo de artistas, donde figuraban Cindy Sherman, Sherrie Levine y Richard Prince entre otros, preocupados por la influencia de los signos en la sociedad y haciendo especial énfasis en las imágenes de la mujer.



"We are not what we seem".

(No somos lo que parecemos).

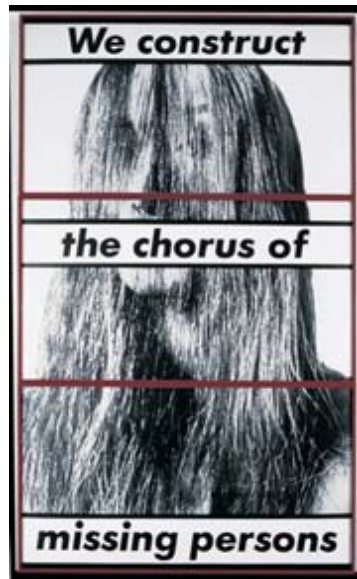
Las tesis de Freud y de Lacan fueron una gran herramienta de apoyo para este movimiento feminista. Les permitirán revelar los efectos de la mirada social sobre el cuerpo femenino, que establece distancias y convierte a la mujer en un ser pasivo. Durante varios años, se dedicó a elaborar obras de arte relacionadas con el despertar de la conciencia en las mujeres, aunque al mismo tiempo realizara obras con otra temática.



“Be”

Una de las características peculiares de Bárbara será utilizar las palabras y el texto para exponer el control político e ideológico. En esta pequeña palabra se encuentran escondidas todas las facetas del “Ser” y lo que como mujeres, debemos ser. “Ser” sumisa, ser buena, ser inmóvil, ser sin rostro, ser sin personalidad, ser callada, ser sin identidad, ser sin piernas para no avanzar. Sabemos que nos han impuesto esa forma de no ser, pero sin imagen de nosotras mismas, sin mente para pensar, no contamos con la capacidad de razonamiento para darnos cuenta de esa imposición. Kruger confirma ese ser separado de su ser – que somos las mujeres, aceptando sin poder decir nada – por el uso de las distintas tonalidades en que divide la imagen. John Berger comenta que la presencia social de la mujer se manifiesta por medio de sus gestos, de su voz, de sus opiniones, de sus expresiones, de su ropa, y todo ello expresa la percepción que tiene de sí misma, pero no sólo eso, su ser se ve dividido desde pequeña porque ha sido educada para observar su propio

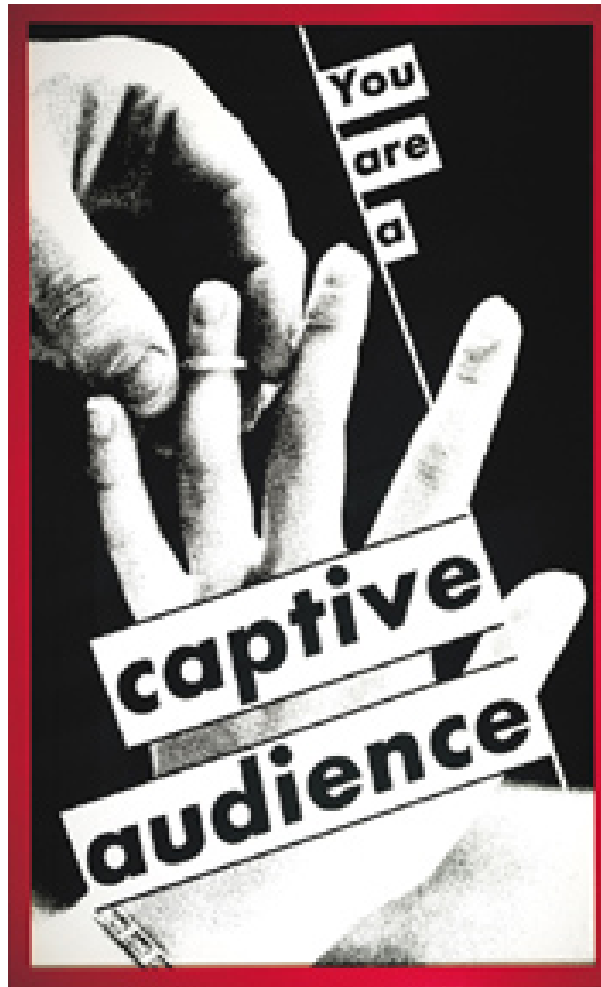
comportamiento, por lo que, ambos roles, la supervisora y la supervisada constituyen su identidad como mujer⁹¹.



“We construct the chorus of missing persons” 1983
Gelatin silver mural prints
and artist’s frame:
121 7/8 x 72 7/8 x 2 in.
Gift of Paul and Camille
Oliver-Hoffmann

El cabello largo oculta la cara de esta fotografía. Se acentúa la división visual por la posición de las líneas y la segmentación de la frase. La parte superior corta la cabeza, la parte de en medio cubre la boca y la frase final está colocada en la parte inferior de la imagen. Estos tres elementos forman el gancho que atrapa el ojo del espectador. Las obras de Kruger generalmente llaman la atención por el desequilibrio de las relaciones de poder, especialmente entre hombres y mujeres. Aquí la identidad individual está oculta a la vista, la persona puede ser cualquiera de nosotros, quizás la frase venga de alguien más que no es la figura mostrada. Además “we” indica un punto de vista muy particular, que no puede ser “them”. Estas ambigüedades encubren información importante y por tanto, el espectador se genera una serie de preguntas: ¿A quiénes se refiere con “we”? ¿Qué es el “chorus of missing persons”? ¿Qué conclusiones se obtienen de esta persona? ¿De qué manera contribuye la posición del texto al significado de la obra? Si parece un anuncio publicitario, ¿cómo afecta la elección de la forma y el color al significado de la obra? ¿Cuál es el mensaje que se quiere mandar?

⁹¹ John Berger, *Ways of seeing*, Great Britain 1977, Penguin Books, Pg. 47.



“You are a captive audience”

Adoptando las costumbres y normas sociales, las mujeres nos convertimos en una audiencia cautiva. Hemos sido educadas para crecer y casarnos, pasando a ser propiedad del marido, perdiendo jubilosamente parte de nuestro ser. Reconocemos y nos comprometemos a aceptar nuestros roles, en una actitud pasiva y conformista. “El rol de toda mujer es casarse y ser madre”, de lo contrario nos sentimos frustradas por no lograr nuestro objetivo máximo. Estamos de acuerdo con ser quienes no somos. Somos libres de someternos a quien nos posea. Decimos sí al contrato, cedemos nuestro poder.



We have received orders not to move, 1982

En obras como "*We have received orders not to move*" Kruger utiliza imágenes que sorprenden y asustan porque denuncian el control de los hombres sobre las mujeres. Con ello, trata de incitar en la espectadora un sentimiento de rebeldía que le permita zafarse de su yugo. La postura de la figura en la imagen junto con la idea que dan los clavos, transmiten la sensación de inmovilidad. No podemos movernos porque nos ordenan no movernos, pero además, aceptamos esa actitud inmóvil como parte de nuestra forma cotidiana de ser. "Siendo el estereotipo la forma fundamental de sumisión en el orden patriarcal, Bárbara apunta a la capacidad de transformación social de forma casi violenta"⁹².

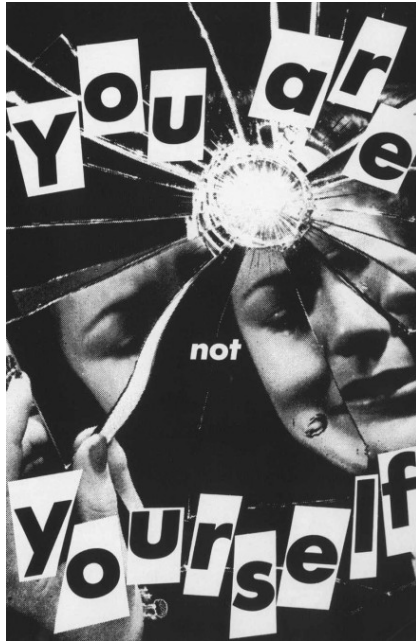
⁹²SaraRivera "You are not yourself" [en línea], Babab. Com, Revista digital No.08, mayo 2001, [Miembro fundador de la Asociación de Revistas Digitales de España (A.R.D.E).
<http://www.babab.com/no08/barbara_kruger.htm-2001-12-28, [Consulta 21 junio, 2004].



“Your gaze hits the side of my face”

“Your gaze hits the side of my face”: Esa mirada es masculina, y lo que golpea es un rostro de mujer. Con sólo una imagen y ocho palabras Bárbara Kruger es capaz de dar una patada a siglos de dominación del hombre-sujeto hacia la mujer-objeto a partir del proceso de visión, sin olvidarse de darle un repaso al concepto tradicional de arte basado en el binomio genio-obra maestra. En este caso ha escogido la imagen de una mujer que nos remite directamente nada menos que a la tradición griega, perfectamente reconocible en nuestra cultura occidental, para deconstruir su significado clásico. Ese es el método, Kruger adopta un estereotipo que nos seduce para añadirle un texto que invierte el mensaje que habíamos asumido en un primer momento. La belleza de la imagen es interrumpida por esas palabras que, aluden al "Efecto Medusa" descrito por Craig Owens: en la sociedad patriarcal la mirada ejerce un papel controlador que ha "petrificado" y objetualizado a la mujer. Critica por tanto al proceso visual en sí, cuestiona la relación entre el observador y la obra, y según ella misma explica, establece el deseo de "dar la bienvenida al espectador femenino dentro del público masculino" ⁹³

⁹³SaraRivera “You are not yourself” [en línea], Babab. Com, Revista digital No.08, mayo 2001, [Miembro fundador de la Asociación de Revistas Digitales de España (A.R.D.E).
<http://www.babab.com/no08/barbara_kruger.htm-2001-12-28, [Consulta 21 junio, 2004].



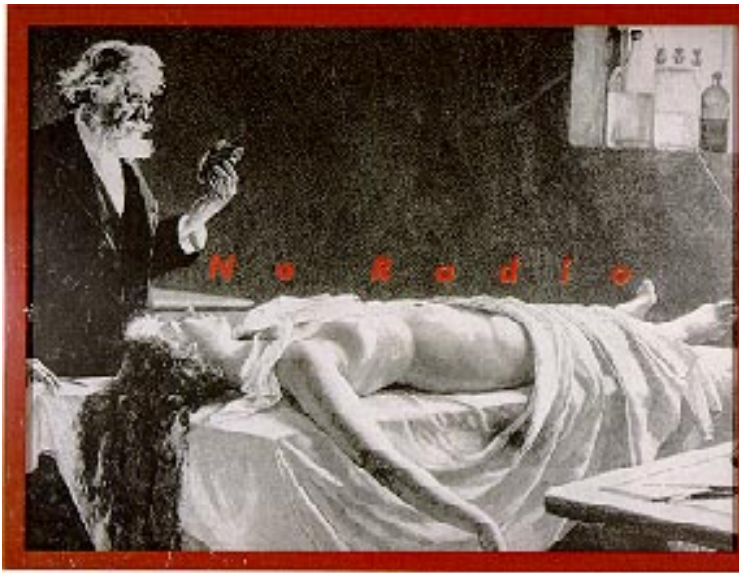
"You are not yourself"

Black-and-white
photograph, 72 X 48 in.
(182.9 X 121.9 cm).
Collection Per Skarstedt,
New York

Esta imagen sacada del cine construye la obra *"You are not yourself"*, la fotografía de un espejo roto junto con este brutal texto, nos exhibe la falta de unidad de nuestra identidad femenina confirmándonos que estamos fragmentadas y nos recrimina directamente por medio del pronombre *you*. "Tú no eres tú misma", porque te has perdido en el camino. Has intentado ser quién no eres para satisfacer a alguien y convencerlo de tu valor externo basándote en la apariencia y en los cánones de belleza que te ha impuesto, como la búsqueda de aquellos objetos que puedan integrar tu imagen de "completud", como la define la cultura patriarcal. Por eso estás rota, destrozada, incompleta, vacía, eres solamente una imagen.

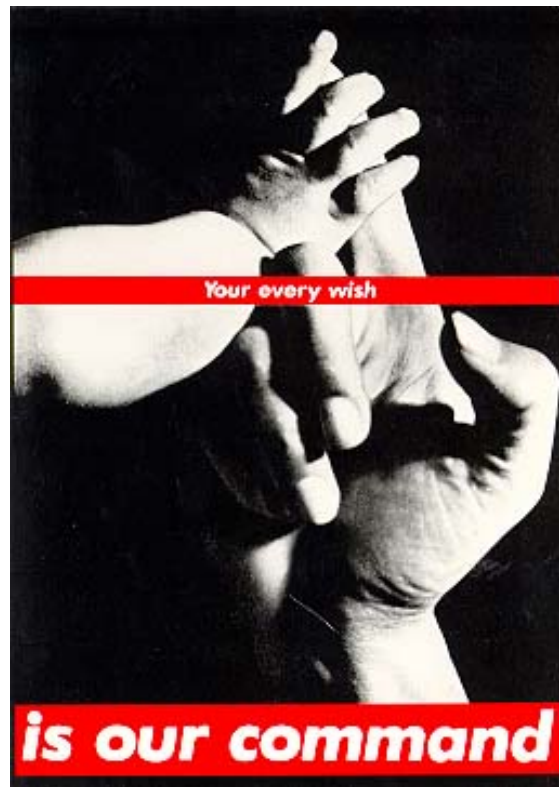
Según algunos autores, Kruger refleja las teorías de Baudrillard porque revela que los ideales sociales que obtenemos sobre la belleza, la auto-identidad y la conciencia son puros simulacros. Los signos a los que nos aferramos son irreales. *"You are not yourself"* es un buen ejemplo de su diálogo con las ideas de Baudrillard, esta imagen sugiere la distancia entre el simulacro y la realidad. Le dice a la espectadora: "Tú no eres tú misma porque lo que la sociedad quiere que seas es imposible. El concepto de auto-identidad en nuestra cultura se ha vuelto un simulacro y por tanto es irrelevante a la vida real.

Esta pieza también realza otra conexión entre Kruger y Baudrillard: ambos están fascinados con el ojo, la vista, la visión. Las teorías de Baudrillard, normalmente se explican o describen en términos de espejos de la realidad y distorsiones. La imagen es teóricamente el espejo de la sociedad, pero ha sido distorsionado en un simulacro.



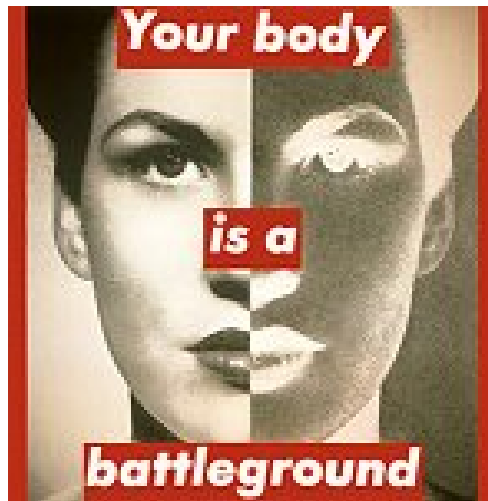
“No Radio” 1988

Dentro de la misma temática está la fotografía: *“No Radio”*. Es la imagen, apropiada de un antiguo grabado, en la que aparece un científico en el momento de revisar el cuerpo muerto de una mujer. No hay emoción, solamente una parálisis en el tiempo, concentrándose en el corazón que sostiene en la mano. Precisamente por la frase “no radio”, la reflexión a la que apuesta es a darnos cuenta que el corazón no es un aparato que funciona a base de baterías o algún otro instrumento mecánico, robotizado. Lo asombroso es darse cuenta que las mujeres sí podemos llegar a tener sentimientos autónomos, a pesar de aceptar el sometimiento y seguir las órdenes del mandato patriarcal.



"Your every wish is our command" 1981

La sensación de ternura que causa el contacto entre la mano del bebé y la de su madre, contrasta con la expresión: "tus deseos son órdenes para nosotras". Siguiendo el patrón cultural de la buena y abnegada madre, que sólo existe para cuidar a sus hijos, hemos admitido que el instinto maternal es natural en nosotras, damos por hecho que nacimos para ser madres y fuimos educadas para continuar con nuestra función "natural", aceptamos que nuestra obligación es con nuestros hijos y con la familia, a ello debemos consagrarnos, prometemos que por ellos cederemos todos nuestros derechos, sueños y deseos. Así lo seguiremos haciendo, aún sabiendo que todo ha sido un gran invento. Y aquellas mujeres que no cumplan con este mandato, serán rechazadas y discriminadas, sacrificadas de por vida por no servir y por ser "malas para tener hijos", haciéndolas sentir culpables y cargar un terrible peso emocional.

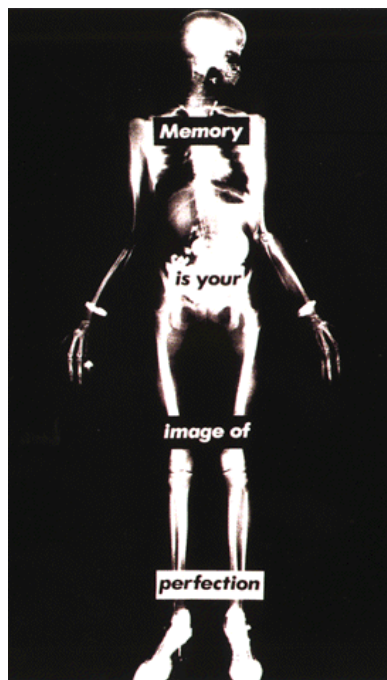


"Your body is a battleground", 1989
photographic silkscreen on vinyl,
112 x 112 inches.

"Your body is a battleground", originalmente se diseñó como póster para una marcha pública en apoyo al derecho al aborto, realizada el 9 de abril de 1989 en Washington, D.C. Además, Kruger ha permitido que esta imagen sea expuesta en postales con el texto "apoya el aborto, el control natal y los derechos de las mujeres". Para su elaboración, utiliza una fotografía frontal de la cara de una modelo, en *silk screen*. En la obra "conjuga su preocupación por la construcción de la identidad femenina" y le otorga a la imagen un significado adicional dividiendo la superficie en dos secciones: de derecha a izquierda, la imagen va de positivo a negativo, criticando el estándar objetificado de simetría-armonía aplicada en los tiempos modernos a la belleza femenina y perpetuada por la publicidad y los medios; y de arriba abajo la cara se divide en tercios que llevan la frase *"Your body is a battleground."* Por un lado denuncia nuestra búsqueda incansable por tratar de "ser completas" tal y como la mentalidad patriarcal lo impone, por el otro, reclama nuestro derecho sobre nuestro propio cuerpo, alrededor del cual se generan una serie de discursos, bien de orden religioso, legal o político, que deciden por nosotras e imponen su voluntad sobre

nuestra corporeidad. El original se encuentra en la colección de la Broad Art Foundation, en Santa Mónica, Ca.

En una imagen de Rayos – X, generalmente no se define el sexo de la figura representada, sin embargo, en esta fotografía, el apoyo de los elementos decorativos en los huesos de los antebrazos y los zapatos, nos dan la pauta para pensar que se trata de una figura femenina. La memoria es tu imagen de perfección, es la sentencia que acompaña a este esqueleto. Bárbara insiste en que la sociedad está controlada por los códigos dictados por los medios de comunicación, hasta el punto de que las experiencias vividas en ocasiones se reducen a la imitación de aquellos “clichés” asentados en nuestra memoria. Somos mujeres porque de memoria hemos aprendido a ser mujeres y a comportarnos como mujeres. La mayor parte de nuestra personalidad se configura a partir de lo que la sociedad nos enseña y nos aprueba y por tanto la apariencia exterior es muy importante.



“Memory is your image of perfection”

A pesar de ser feminista, reconoce que esa etapa es solamente un peldaño en el proceso evolutivo de toda mujer. Sobre el éxito de las mujeres en el campo del arte de los últimos veinte años comenta que las mujeres hemos superado nuestra posición y hemos trabajado arduamente para ganarnos un lugar importante política, económica, y emocionalmente en la sociedad. Y comenta que la misma suerte han tenido los artistas de color.

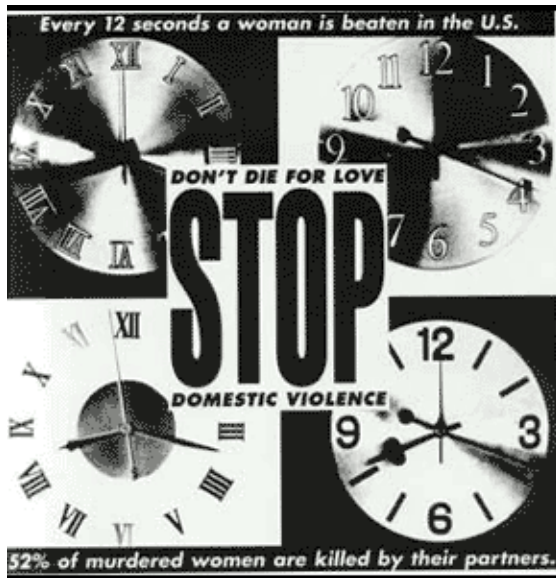
Y ahora el trabajo visible de las mujeres se celebra no porque sea de mujeres sino porque es tan bueno, que simplemente gobierna, sin tener en cuenta el género o su creador.⁹⁴



“Tell us something we don’t know”

Todos estos ojos observando atentamente sin parpadear, algo hemos aprendido, ya sabemos la verdad, no puedes seguir engañándonos, “Dinos algo que no sepamos”, para poder creerte.

⁹⁴ Barbara Kruger, *Op. Cit.* p.38



“Don´t die for Love”

No mueras por amor,
Alto a la violencia
doméstica.

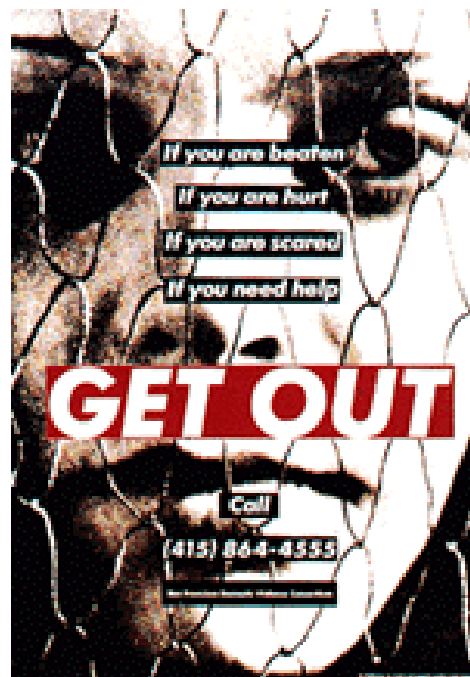
Cada doce segundos,
una mujer es golpeada
en los Estados Unidos.

52% de las mujeres
asesinadas, fueron
muertas por sus parejas.

Su tarea además de ser artística, también ha sido de preocupación por la realidad que viven tantas mujeres y a través de estos comerciales intenta ayudarlas.

“Get Out”, 1989

Si te golpean,
Si te hieren,
Si estás asustada,
Si necesitas ayuda
¡Lárgate!





Con el tiempo continuará con su postura feminista, haciendo referencia a la docilidad, la sumisión, la obediencia, el sometimiento, y la aceptación del rol femenino impuesto por la ideología de la cultura patriarcal. Pero su apuesta avanzará todavía más lejos.

La influencia de su labor como fotógrafa diseñadora es evidente en las obras por las que se le conoce artísticamente en el plano internacional, aunque la propuesta tenga marcadas diferencias en cuanto a su intención. Bárbara comenta que en su empleo de diseñadora: *If you didn't make people look at that page you were fired*⁹⁵. Gracias al dominio de la imagen, aprendió la manera de captar la atención del observador con un mínimo de signos y se dio cuenta del efecto dominante que ejercen en nuestra cultura. Sólo tuvo que manipularlos en sentido inverso y añadirles un texto contundente. Su experiencia como diseñadora tuvo una gran influencia en la elección de imágenes, las combina con frases que obtiene de libros favoritos, de frases célebres y del *Thesaurus*. Lo asombroso de su obra es que sus fotografías proporcionan la información e imponen el “tipo” de persona que aceptamos ser, los pronombres personales sirven para otorgarnos el género y la raza que nos corresponden y pedirnos una reacción.

⁹⁵ Si no lograbas que la gente observara la página, te corrían. (Mi traducción)



"You construct intricate rituals which allow you to touch the skin of other men", 1981
Black and white photograph, 101.6 x 127.32 cm
Museum of Fine Arts, Boston: Anonymous gift 1993

Una vez que ha elegido una frase y una imagen, Kruger fotocopia las fotografías, manipulando el tamaño, el marco y el contraste y re-fotografía las imágenes. Durante este proceso acomoda las frases con las imágenes. Después las envía a un estudio fotográfico que agranda sus diseños al tamaño escogido y las imprime en blanco y negro o en color. Finalmente, las obras se colocan en marcos de esmalte rojo. Kruger también incorpora en sus obras el tema de los metarrelatos del pensamiento de la posmodernidad. Como explica Jean – Francois Lyotard, "...se tiene por <<posmoderna>> la incredulidad con respecto a los metarrelatos", la historia maravillosa de cómo funciona el mundo no es satisfactoria para explicárnoslo.

...la ciencia está en conflicto con los relatos... la dialéctica del Espíritu, la hermenéutica del sentido, la emancipación del sujeto razonante...se revelan fábulas...para dar validez al discurso científico posmoderno...el pequeño relato se mantiene como la forma por excelencia que toma la invención imaginativa y desde luego, la ciencia...los juegos del lenguaje son heteromorfos...si existe consenso...debe ser local.⁹⁶

⁹⁶ Jean – Francois Lyotard, *La Condición Posmoderna, Informe sobre el saber*, Tr. Mariano Antolín Rato, Madrid, Ediciones Cátedra 1998, Pág. 10-118

Por tanto, la sociedad ha de basarse en micronarrativas para ordenar nuestro mundo. En el caso de la obra siguiente, desde el lenguaje y la imagen masculinos interpela a todos los que somos <<Otro>>. "*Your comfort is my silence*", la fotografía y la frase irritan al espectador, le ordena guardar silencio, gracias a ello, la representación masculina de la imagen puede obtener confort. Por culpa de mi silencio, tú obtienes confort, podemos traducir de la imagen y el texto. Bárbara trata de advertir: "*mira o rechaza mi obra, pero no permanezcas indiferente*".



*"Your comfort is my silence",
1981*

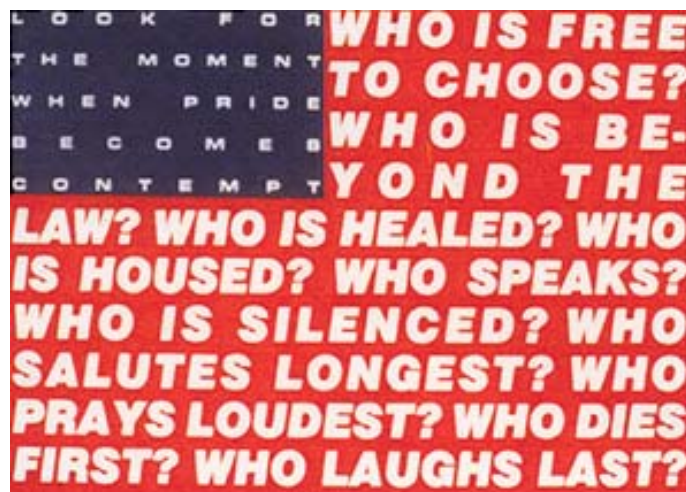
Tu confort es mi silencio.

As long as the ethereal "you" doesn't hear "my" micronarrative, your worldview remains intact. The use of the pronouns serve to decenter the viewer's position. The viewer is shaken because the natural reaction to the piece is that the "you" does not refer the viewer in particular, but to some otherness that is not viewing the picture at the moment. The viewer reacts by stepping out of s/he/its normal frame of reference to evaluate the picture, thereby forming s/he/its own micronarrative of what the image is referring to. Kruger also uses the feminist micronarrative often. She brings this to the foreground in many of her works, and pulls in the alternate, female, perspective of the world.⁹⁷

⁹⁷ Shawn Rider, Writings, [en línea], Página Digital, <http://www.wdog.com/rider/writings/real_kruger.htm, [consulta 13 noviembre, 2003]. Mientras el "tú" etéreo no escuche mi micronarrativa, tu visión del mundo permanece intacto. El uso de los pronombres sirve para descentrar la posición del espectador. La reacción

Kruger se ve influenciada por la teoría del poder de Michel Foucault: "El poder se encuentra en todos lados; no porque abarque todo, sino porque viene de todos lados. El poder no es un concepto cuantificable, no es una institución...es el nombre que se le atribuye a una compleja situación estratégica en una sociedad particular, fluye continuamente, incrustado en los signos y en los iconos de la cultura, los medios de comunicación y la publicidad, es difuso, descentralizado, y en consecuencia, anónimo".

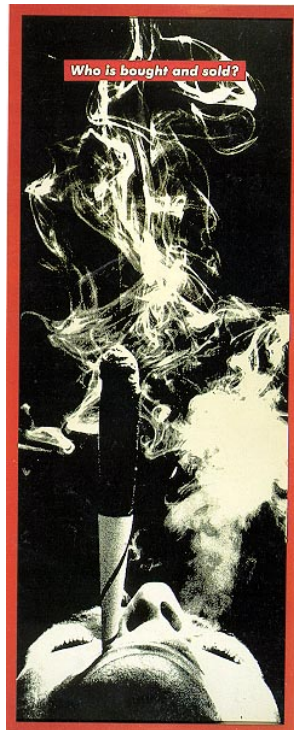
Las luchas por el poder ocurren todo el tiempo, y se manifiestan en todas las relaciones, incluyendo los procesos económicos, las relaciones de conocimiento y las relaciones sexuales, estamos constantemente en el riesgo de involucrarnos en el proceso de ser poderosos o estar sin poder y viceversa. El posicionamiento del cuerpo social, es un control instrumentado por la sociedad para producir sujetos normalizados que puedan insertarse en sus órdenes ideológicos, sociales y económicos.



Esta bandera de Estados Unidos de América, está escrita con frases inquisitorias sobre el comportamiento de la sociedad. En lugar de las estrellas, se lee: "Busca el momento en que el orgullo se convierte en desprecio." En el

natural a la obra es que el "tú" se refiere a algún "otro" que no está viendo la obra en este momento. El observador reacciona saliéndose del marco normal de referencia (ella, el, ello) para evaluar la fotografía, formándose su propia micronarrativa sobre lo que la imagen refiere. Utilizando la micronarrativa feminista, trae al primer plano la perspectiva femenina alternativa del mundo. (Mi traducción)

lugar de las rayas blancas y rojas, se encuentra el sello característico de Bárbara cuestionando los valores culturales: “¿Quién es libre de elegir? ¿Quién está más allá de la ley? ¿Quién está sanado? ¿Quién está protegido? ¿Quién habla? ¿Quién es silenciado? ¿Quién saluda durante más tiempo? ¿Quién reza más fuerte? ¿Quién muere primero? ¿Quién ríe al último?”.



Cuando se le pregunta por qué utiliza los pronombres directos en sus fotomontajes contesta:

...ellos han generado la fuerza de mi trabajo desde el principio. Me gustan porque cortan la grasa. Es un acercamiento directo con el espectador. Están en todos lados y la gente se acostumbra a eso. Se miran uno al otro cuando hablan (casi siempre). Ven la televisión. Las cabezas parlantes y los pronombres gobiernan, en el mejor y en el peor sentido de la palabra. Me interesa como se construyen las identidades, como se forman los estereotipos, como las narrativas se convierten en historia.⁹⁸

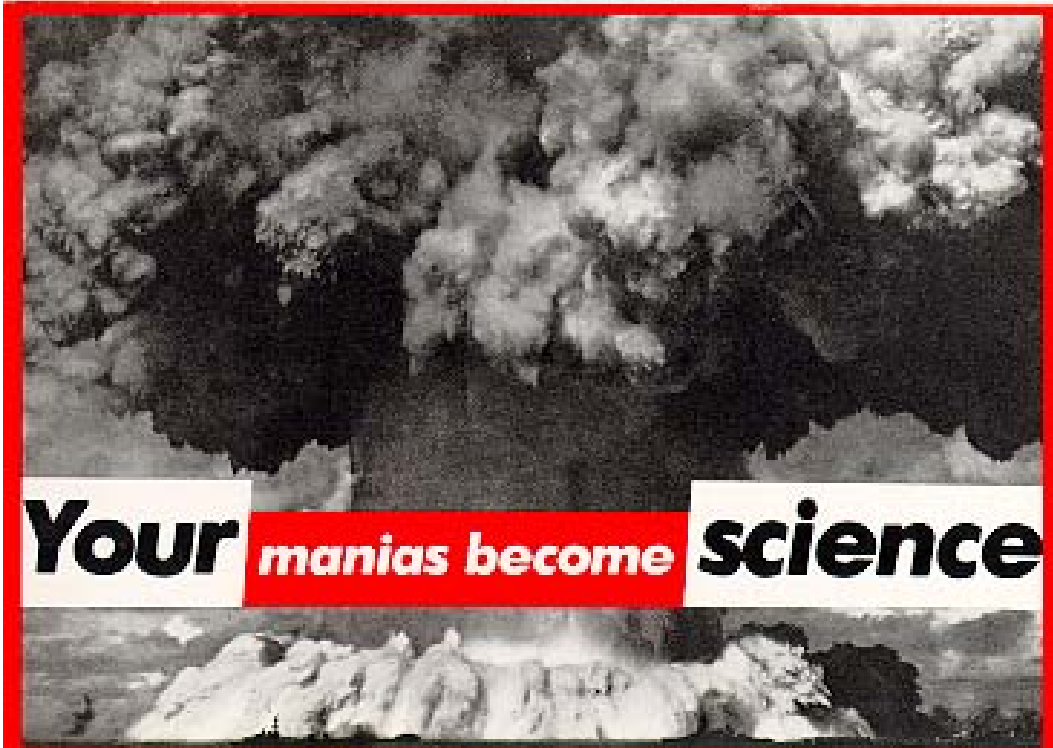
⁹⁸ Barbara Kruger *Thinking of you*, Los Angeles, The Massachusetts Institute of Technology Press and The Museum of Contemporary Art, 1999. p.7.



*“You make history, when you do business”*1982

Las frases que usa son cortas pero medulares, lanzadas sobre grandes fotografías, generalmente extraídas de otros medios que en conjunto retan el poder masculino, apoyado en los discursos patriarcales. Utiliza los colores rojo, negro y blanco como elementos declarativos o acusatorios. Las frases aseveran la oposición entre los pronombres “you” y “we”, que satíricamente se refieren a “hombres” y “mujeres”. Por tradición reconocemos que la representación de la presencia del hombre constituye su poder social, sexual, económico, moral, temperamental o físico, mismo que puede ejercer sobre otros. El lenguaje y su uso dentro de la cultura refuerzan los intereses y las perspectivas masculinos, construyendo y manteniéndose a través de los empleos, los proverbios, las bromas, los mitos y la historia. “Basically I want to be effective in making changes in power and social relations...The spectators who view my work don’t have to understand. They just have to consider the pictures that bombard their

lives and tell them who they are to some extent. That's all they have to understand.⁹⁹”

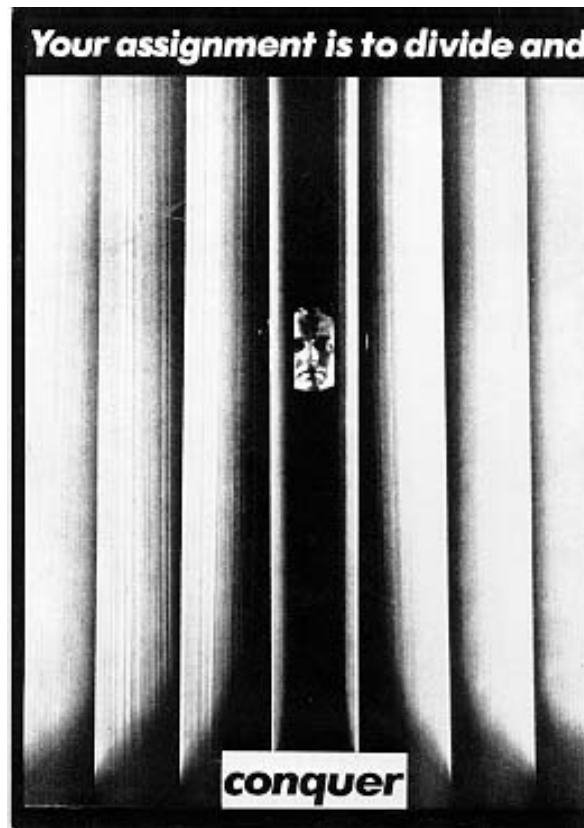


*“Your manias become science”*1982

En el caso de *Your manias become science*, el pronombre se dirige directamente al sexo masculino sustentante del poder. La frase: Tus manías se vuelven ciencia, se burla del credo humanista en la ciencia y la tecnología como las herramientas que supuestamente lograrían acabar con la injusticia, el dolor y el sufrimiento de los seres humanos. Con este fotomontaje deja muy claro, la locura obsesiva del hombre por adueñarse del mundo destruyendo a su paso cualquier rastro de vida humana, incluso la suya propia. La especie en peligro de extinción es la especie humana.

⁹⁹ “Básicamente quiero ser efectiva y lograr cambios en las relaciones sociales y de poder...Los espectadores que observan mi trabajo no tienen que entender nada. Solamente deben considerar las imágenes que bombardean sus vidas y que de alguna manera les dicen. Eso es todo lo que tienen que entender”. Mi traducción

Ella hace referencia al deseo masculino de subyugar a la mujer y al imperativo político de domesticar a los otros, a colonizar y controlar...la conquista tiene todo que ver con la auto – posesión...



“Your assignment is to divide and conquer”, 1981

...La obra de Kruger proyecta estos temas en el sentido de una pérdida personal, instituida por medio del poder sexual...¹⁰⁰

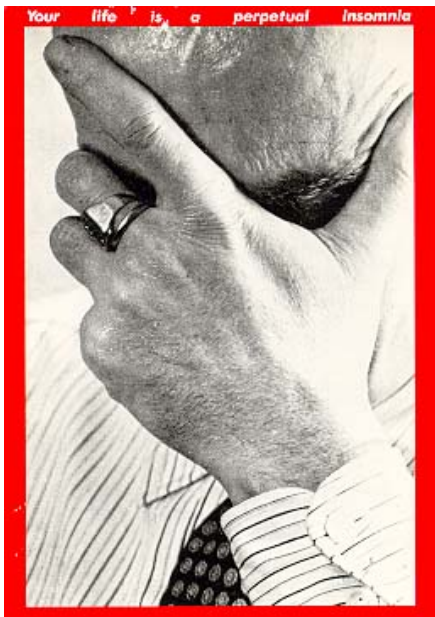
¹⁰⁰Kate Linker, *Love for Sale, The Words and Pictures of Barbara Kruger.*, Harry N. Abrams, Inc., Publishers 1990. p.43.



“Who do you think you are?”

¿Quién te crees que eres?

¿Quién te crees que eres? Eres únicamente el producto de lo que la cultura quiere que seas. Tú no tienes poder, porque eres nadie. Eres una fotografía más en un archivo.



*“Your life is a perpetual
insomnia” 1983*

Tu vida es un insomnio perpetuo.

If you're so successful, why do you feel like a fake?



“Your fictions become history”, 1983

La imagen siguiente es de Norman Rockwell de un ejemplar del *Saturday Evening Post*. El mensaje es que somos nosotras las mujeres quienes alentamos el sentimiento de heroísmo en los hombres y junto con el sistema nacionalista influimos en sus vidas y sus decisiones.



“We don't need another hero”, 1986

La orientación de su carrera se verá reflejada en otros temas sociales. Sus blancos de ataque dejaron de ser solamente las mujeres, abarcando un segmento cultural de mayor amplitud, que en ocasiones incluye a toda la población. En este sentido, también denuncia la construcción de las identidades desde una crítica al consumo, que concibe como garantía del poder masculino y pertenece al ámbito de los signos puesto que promete una perfecta inserción dentro de las normas sociales. A partir de 1984 confronta estas ideas desde fuera y desde dentro: no sólo ha ironizado sobre ese poder con sus obras, manipulando las reglas de la publicidad, sino que ella misma se ha introducido en los procesos publicitarios diseñando posters, bolsas y camisetas. Para muchos, ella ha sido cooptada por el sistema, uniéndose a sus estrategias de consumo, según estos, ella se vende igual que cualquier otro producto. Sin embargo, su genialidad se encuentra en la audacia de estar explotando el régimen desde su misma raíz. Si la publicidad toca las fibras más profundas del inconsciente, entonces ella, utilizando las mismas estructuras publicitarias, intenta tenazmente tocar esas fibras con mensajes que dejan huella en el espectador y le agobian para actuar de una manera distinta.



En la obra *"Buy me, I'll change your life"*, Cómprame, yo puedo cambiar tu vida, muestra la imagen de lo que pretende ser un muñeco, deforme y sin sentido que si lo compras, promete cambiar tu vida. La falsedad de la propuesta es notoria por la unión entre la fotografía y el texto. La publicidad nos está realmente diciendo: cómprame y cambiaré tu vida, y lo que nos está vendiendo no son productos reales sino simulacros como la construcción social de una vida feliz. La ironía se encuentra precisamente, en darnos cuenta que la mayor parte de los bienes y servicios que compramos, se promocionan como satisfactores de nuestras necesidades básicas y prometen cambiarnos transformándonos en mejores personas. Aceptamos dejarnos engañar, sabiendo que la publicidad nos seduce para comprar un producto que no tiene sentido, que no sirve y que desafortunadamente no cambiará nuestras vidas. Con esta obra se mofa de lo absurdo del consumo por el consumo.



"Buy me, I'll change your life"

Y no se detiene aquí, sino que va más allá. En su obra, *"I shop, therefore I am"*, establece una clara referencia al pensamiento cartesiano de la duda como

un proceso filosófico. La idea es burlarse de este proceso de duda, haciendo referencia al proceso de duda de quién soy yo. Categóricamente el mensaje es lograr la integración de la identidad por medio del consumo. La creencia, sin lugar a duda, es que solamente comprando puedo darme cuenta de mi existir. La tarjeta roja simula la tarjeta de crédito, que implica las compras presentes con pagos a futuro. No importa endeudarme, mientras compre, soy alguien y pertenezco a algo.

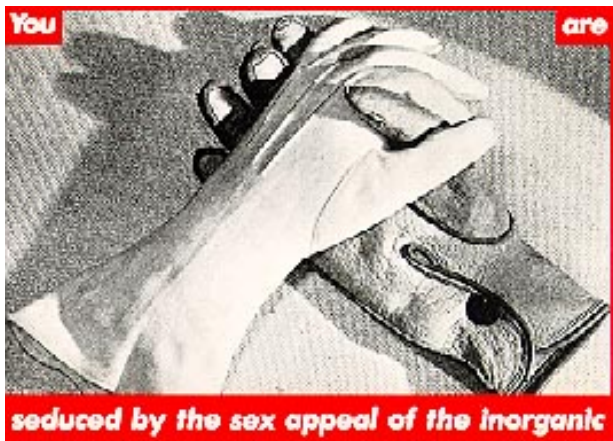


"I shop therefore I am", 1987



En un artículo sobre el video “Casual shopper” de Judith Barry, a finales de los ochentas escribe:

...por todos lados, desde las compras barrocas de los palacios del siglo XIX a los tianguis de mercancías contemporáneas, el tráfico de peatones en estas estructuras se parece a una puntual y bien cuidada, a veces graciosa danza de adquisición realizada en un ambiente familiar: la exposición del mercado de bienes¹⁰¹.



You are seduced by the sex appeal of the inorganic”1982.

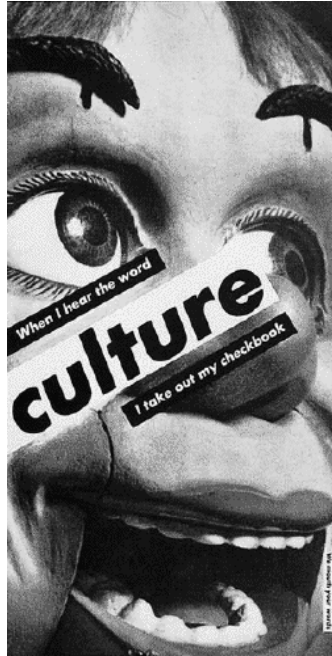
Eres seducido por la atracción sexual de lo inorgánico.

Con estas imágenes Kruger dialoga y confirma la idea de Baudrillard: “el consumo no lo dicta una necesidad ni objetos reales como fuentes de satisfacción”. Anteriormente la producción de bienes satisfacía necesidades básicas. Sin embargo, en la sociedad de consumo, la necesidad no es solamente primaria, ahora se inventan necesidades y deseos sobre objetos o ideas. El bien se produce como un signo de valor. La cultura se percibe como un bien y el signo la representa como un todo.

Desde lo político a lo social, de lo económico a lo artístico y a la inversa, del género al signo, todos los temas son cuestionados en su obra...Declara que los estereotipos

¹⁰¹ Kate Linker, *Op. Cit.*.p.12.

provocan una pasividad acentuada por el consumo y sus influencias llegan a inundar el ámbito del arte. ¹⁰²



“When I hear the word culture, I take out my checkbook” (“We mouth your words.”) 1982

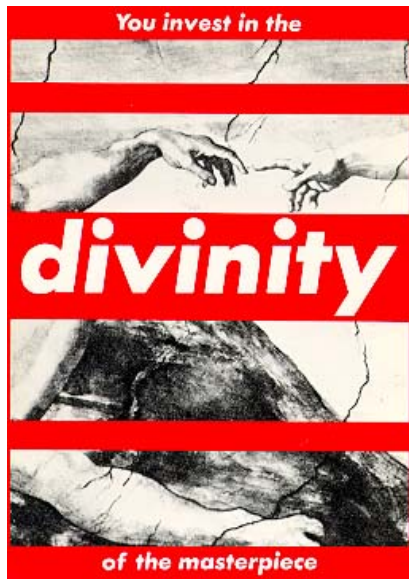
Quando escucho la palabra cultura, saco mi chequera. Mascullamos tus palabras.

Sus imágenes no son originales, a través de la reproducción también rechaza las convenciones culturales de producción y recepción en el proceso creativo. Al utilizar imágenes de los medios de comunicación elimina "la mano del genio" y al difundirlas en carteles, portadas de libros y todo tipo de soportes publicitarios, elimina también al museo y la galería, que han sido por excelencia las instituciones oficiales del arte, por tanto, también el ámbito del arte, se ve afectado por sus críticas.

Una obra de arte del pasado sugiere autoridad cultural, una forma de dignidad, incluso de sabiduría, que es superior a cualquier vulgar interés de orden material... propone dos cosas contradictorias...por un lado, denota riqueza y

¹⁰² SaraRivera, “You are not yourself” [en línea], Babab. Com, Revista digital No.08, mayo 2001, [Miembro fundador de la Asociación de Revistas Digitales de España (A.R.D.E) <http://www.babab.com/no08/barbara_kruger.htm-2001-12-28, [Consulta 21 junio, 2004].

espiritualidad, por otro implica que la compra es al mismo tiempo un valor cultural y un valor de lujo...¹⁰³



"You invest the divinity of the masterpiece" 1982

El reproche más fuerte que dirige al mundo del arte, va directo a las estructuras tradicionales de comercialización de las obras de arte. Se compra arte para colecciones privadas que posteriormente se depositan en los museos como prueba del estatus y el poder social del propietario. El mercado del arte dictamina lo que debe considerarse "buen arte", establece los precios especulativamente y califica el "buen gusto" artístico. Los consumidores de arte, "Invierten en la divinidad de la Obra Maestra".

Según Berger, desde el comienzo de la humanidad, las artes visuales se reservaron bajo principios mágicos y religiosos. Con el paso del tiempo, la experiencia del arte se mantuvo en poder de las clases gobernantes, dentro de sus palacios y después en los museos, se separó del resto de las actividades cotidianas, para ejercer poder sobre ellas. No nos asombra tanto lo que se representa visualmente, sino su rareza y el valor de la obra de arte depende de su originalidad, el precio solamente confirma su valor. Se le presenta como si

¹⁰³ John Berger, *Ways of seeing*, Great Britain 1977, Penguin Books, p. 135.

fuera una reliquia sagrada. Al estar envuelta en una atmósfera de religiosidad, como en sus inicios, el valor espiritual se refleja también en su precio.

La publicidad y los medios de reproducción han logrado destruir la autoridad del arte y removerlo de su nicho. Las imágenes del arte se han vuelto efímeras, disponibles, sin valor y gratuitas. Nos rodean de la misma forma que nos rodea el lenguaje. Han entrado al flujo de la vida en la cual ya no tienen el poder, como lo ejercían en el pasado. No tienen más el aura de la “originalidad”. La obra de Kruger no puede considerarse original, debido a que sus imágenes no tienen un origen único, provienen de otras fuentes ya reproducidas anteriormente por otros medios de comunicación. Ella “rasga” la definición de arte porque esas imágenes incorporadas a sus textos, aparecen reproducidas incontables veces – en posters, en espectaculares, en cubiertas de libros, en sitios de Internet, o en objetos de consumo cotidiano, y han aparecido en instituciones oficiales del arte (museos y galerías), en medios publicitarios o han sido utilizadas en el activismo político. A pesar de todo, su estilo se ha convertido en su propia marca y con ello intenta también contradecir al sistema artístico pues en las nociones del arte y la originalidad, no se admite la marca. Esta pertenece al comercio y la reproducción en masa, de donde obtiene la mayoría de sus imágenes.

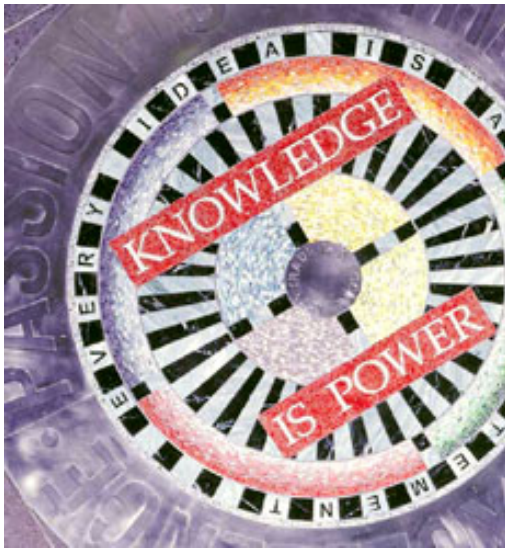
Kruger goes the next step in breach of artistic copyright.. Ads and corporate logos can always imitate her. But even as they co-opt her protest, they become one more part of it. In Craig Owens's phrase, her art enters "the discourse of others," so that a viewer can learn to recognize who is speaking.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Klaus Biesenbach & Wendell Walker: “*Volume: Bed of Sound, SHoP: Dunescape Around 1984: A Look at Art in the Eighties, Barbara Kruger*”, en *Sivilize Me*, John Haber, jhaber@haberarts.com [en línea] <http://www.haberarts.com/hickey.html>, [Consulta: 25 febrero 2004] Kruger va un paso más en la brecha del derecho de copia artístico. Los anuncios y los logos corporativos pueden imitar a Bárbara. Pero así como co – optaron su protesta, se vuelven parte de ella. En labios de Craig Owens, su arte entra en “el discurso de los otros”, para que el espectador aprenda a reconocer quién está hablando. Mi traducción.

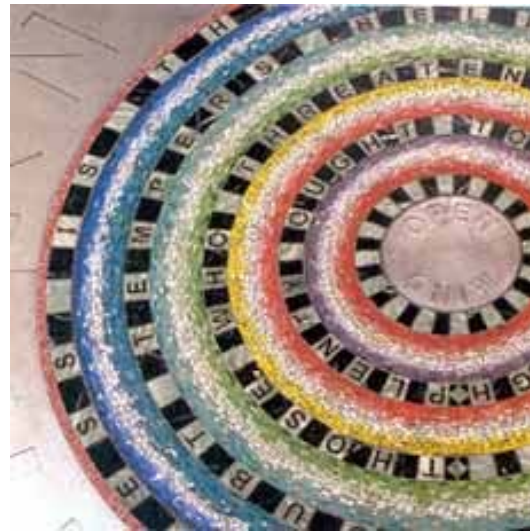
Bárbara Kruger obtuvo la beca del Creative Artists Service Program, en 1976-'77 y una beca del National Endowment for the Arts, en 1983-'84. Ha sido varias veces profesora en la Universidad de California, en Berkeley, en el Instituto de Arte de California y en el Instituto de Arte de Chicago. Su trabajo es inagotable. Ha trabajado en varias partes incluyendo fotografía, docencia, escritos críticos, curaduría, proyectos públicos de arte, y publicaciones de libros. Su obra ha aparecido en galerías, periódicos, revistas, museos, espectaculares, programas de televisión, camisetas, postales, cajas de cerillos y morrales en Estados Unidos, Europa y Japón.

A lo largo de su carrera artística, Kruger ha ido adquiriendo una gran experiencia y una clara conciencia política de su tiempo. Ha escrito sobre televisión y cultura, ha editado libros sobre teorías de la cultura, incluyendo uno llamado “*Remaking History*” para la Fundación DIA, ha producido artículos de crítica de videos y cine contemporáneos publicados en las revistas *Artforum*, *Esquire*, *The New York Times*, y *The Village Voice*. Le han comisionado el diseño de las portadas de varias revistas: *Esquire*, *Newsweek*, *The New York Times Book Review*. Por supuesto que ha escrito sus propios libros, como *Remote Control*, Cambridge, Massachusetts, London, 1994, The MIT Press; *TV Guides*, New York, 1985, auto publicado; *No Progress in Pleasure*, CEPA, Hallwalls, 1982; *Picture Readings*, auto publicado, 1979. También ha realizado posters sobre los derechos reproductivos y un filme de Jonathan Demme, y el fondo para el “Tour de la rabia contra la Máquina” en 1997.

Sus más grandes comisiones incluyen el parque y el anfiteatro exterior en el Museo de Arte de Carolina del Norte; una estación de trenes en Estrasburgo, Francia; y, entre otros artistas participantes en todo el Colegio de Administración Fisher en la Universidad de Ohio, en Columbus, realizó los mosaicos en el suelo en las entradas a los edificios Fisher y Gerlach.



“Edificio Fisher”



“Edificio Gerlach”

The floor markers in the Gerlach and Fisher buildings work to integrate physical architecture with a more cerebral structure: that of the complex meshing of educational and intellectual activity. Composed of mosaic, marble, and steel, these markers serve as portals, as visual entries that signal the ambitions of the generous new facilities of the Fisher College of Business. The Gerlach marker greets the viewer with a consideration of knowledge and the world-changing power of ideas. The Fisher marker's circular motif focuses on the confluence of intellectual life, business practice, and uses of ambition and effectivity. Both markers utilize color, the richness of materials, and centrally located sites to welcome the viewer into spaces where the value of learning makes for both good business and a richer, more examined life.¹⁰⁵

¹⁰⁵ “The art of Leadership”, Gerlach hall, [en línea] Obras de varios artistas, realizadas para adornar la Universidad de Ohio, <http://fisher.osu.edu/art/kruger/kruger.htm> [consulta: octubre 7, 2004] Las obras en el piso de los edificios Gerlach y Fisher mezclan la actividad educativa e intelectual. Están elaboradas con mosaico, mármol y acero [de 3 metros de diámetro] que sirven como portales, entradas visuales que señalan las ambiciones de las nuevas instalaciones del Colegio de Administración Fisher. El marcador en el edificio Gerlach recibe al visitante con una reflexión sobre el conocimiento y el cambiante mundo del poder de las ideas. El motivo del edificio Fisher, “*El Conocimiento es Poder*”, circular, concentra la vida intelectual, la práctica de los negocios y utiliza la ambición y la efectividad. Ambos marcadores usan el color, la riqueza de los materiales y la posición para darle la bienvenida al espectador en espacios donde el valor del aprendizaje contribuye a los buenos negocios y a una vida más rica y reflexiva.

Exhibiciones desde 1985 a 1999:

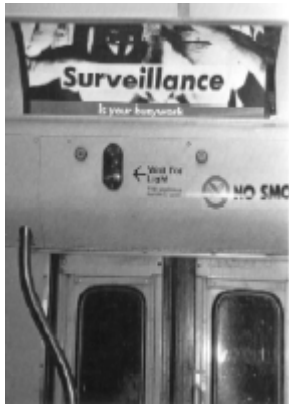
Museo de Arte Contemporáneo en Los Ángeles, 1999;
Galería Mary Boone, New York, 1994, '91, '89, y '87;
Magazine, Centre National d'Art Contemporain, en Grenoble, France, 1992;
Kolnischer Kunstverein, Koln, Alemania, 1990;
Galería Rhona Hoffman, Chicago, 1990 and '86;
Monika Spruth Galerie, Köln, Alemania 1990 and '87;
Museo de Arte de la Universidad de Duke, Durham, North Carolina, 1990;
Galería Fred Hoffman, Santa Mónica, California, 1989;
Galerie Bebert, Rotterdam, Holanda, 1989;
National Art Gallery, Wellington, Nueva Zelanda, 1988;
Krannert Art Museum, Universidad de Illinois, Champaign, 1986;
Galería Hillman/Holland, Atlanta, Georgia, 1986;
Galería Annina Nosei, New York, 1986, '84, y '83;
Museo de Artes Contemporáneas, Houston, Texas, 1985
Museo de Arte del condado de Los Ángeles, 1985.

Sus exhibiciones grupales de 1994 a 1996 incluyen:

Is It Art?, Katonah, Nueva York, 1996;
Thinking Print: Books to Billboards, 1980-95, Museo de Arte Moderno, Nueva York, 1996;
Sexual Politics: Judy Chicago's "Dinner Party" in Feminist Art History, Museo de Arte y Centro Cultural Armand Hammer, Los Angeles, 1996;
Now Here/Incandescent, Museo de Arte Moderno de Louisiana, Humlebaek, Dinamarca, 1996;
Passions Privées, Musée d'Art Moderne de Paris, 1995;
Paste-Up: Past & Present, Galería Kent, Nueva York, 1995;
In a Different Light, Museo de Arte de la Universidad de California, Berkeley, 1995;

An American Century of Photography: From Dry-Point to Digital, Exhibición temporal, Mead Art Museum, Amherst, Massachusetts; 1995
Centro Internacional de Fotografía, Nueva York; 1995
Galería de Arte de Auckland, Nueva Zelanda; 1995
Galería de Arte de New South Wales, Sydney, Australia; 1995
National Gallery of Victoria, Melbourne, Australia; 1995
Museo de Artes Fotográficas, San Diego, 1995;
Desire, Galería Charles Cowles, Nueva York, 1994;
New York "Unplugged", Galleria Cot them, Knokke-Zoute, Belgica, 1994;
World Morality, Kunsthalle Basel, Suiza, 1994;
Wall to Wall, Serpentine Gallery, Londres, 1994.

Su obra se encuentra en varias colecciones de museos alrededor del mundo, incluyendo el Museo de Arte Moderno, el Museo Guggenheim, el Museo de Arte Contemporáneo de Chicago, el Museo de Arte de San Luis, el Museo de Milwaukee y el Museo de Arte Contemporáneo de Los Ángeles. Su trabajo ha salido publicado en revistas como *The New York Times*, *Idea* (Tokio), *Atelier* (Tokio), *La Recherche Photographique*, *Art in America*, *Vogue* (Alemania), *Aperture*, *New York Magazine*, *Artforum*, *Art News*, *Art Monthly*, *Metropolis M* (Utrecht), *Journalisten* (Estocolmo), *Przegląd Polski*, *The Village Voice*, *Harper's Bazaar*, *Time Out* (Londres), *The Guardian* (Londres), *Photographic Insights*, *Elle*, *Art Press*, *Arts Magazine* y *The New Yorker*.



“Surveillance is your busy work”

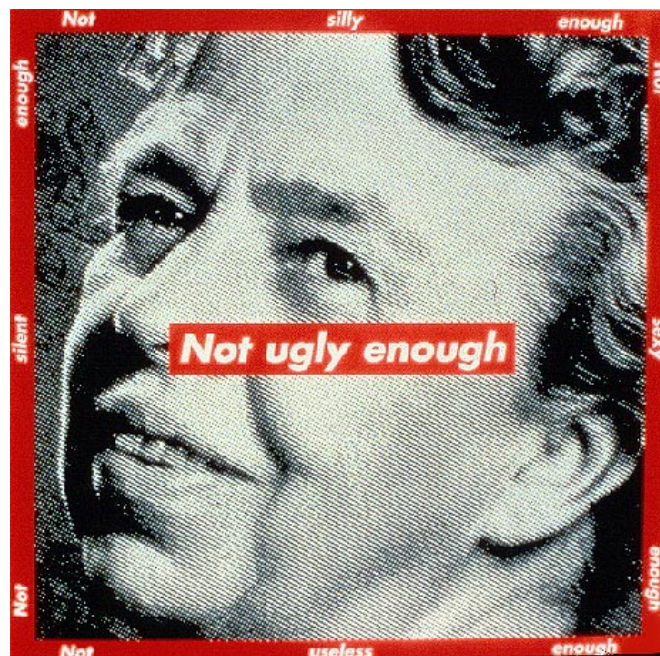
La obra *“surveillance is your busy work”*, se presentó en los vagones del metro de Nueva York, llevando su mensaje a un sector más amplio de la población, mientras promocionaba los discursos sobre el poder. Bajo la perspectiva de Foucault, la gente no tiene el poder implícitamente, el poder no se posee, se ejerce. El poder estatal y los discursos ideológicos trabajan para constreñir a la gente. El poder es una “cosa” que se disemina hacia abajo, y se ve más como una relación de fluidos, una técnica que pueda ser desplegada. Donde hay poder, también hay resistencia y Kruger se da cuenta que es necesaria una ruptura para que cada espectador se comience a construir su propia micronarrativa.

“Surveillance is their busy work”



Al exhibir la misma obra en Australia, en forma de espectaculares, ajustó los pronombres de “*your*” a “*their*”, porque se dio cuenta que los espectadores australianos no están involucrados con el sistema capitalista norteamericano y por tanto no comparten lo que ella critica en el sistema.

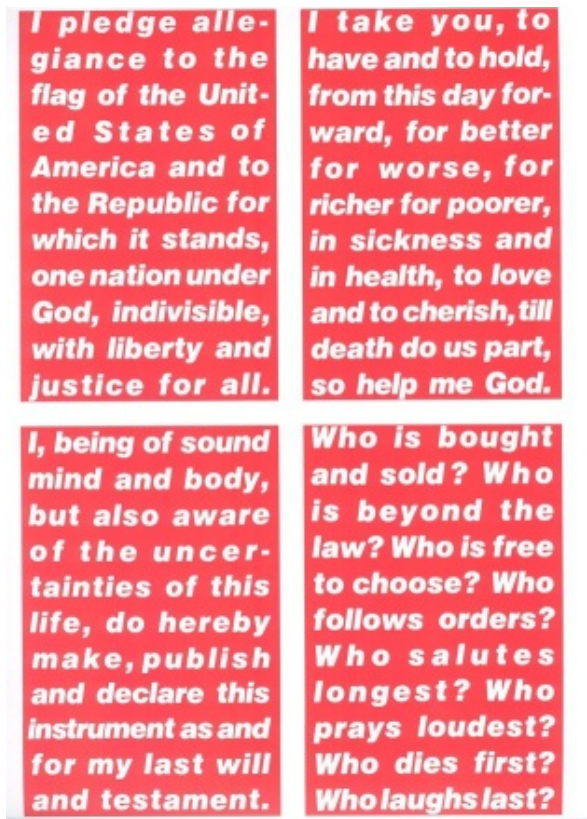
When a silent weapon is applied gradually...It attacks the vitality, options, and mobility of the individuals of a society by knowing, understanding, manipulating, and attacking their sources of natural and social energy, and their physical, mental, and emotional strengths and weaknesses.¹⁰⁶



“*Not ugly enough*”, 1997 silkscreen en vinyl,

Colección Patricia Sandretto Rebaudengo

¹⁰⁶ William Cooper, *Behold a Pale Horse*, Arizona: Light Technology Publishing, pages 40-41, 1990, en Terence Wilson triga@csun.edu, [en línea] “BARBARA KRUGER: Using Words and Text Art to Expose Corporate and Political control” May 18, 1998, www.csun.edu/~hcarh001/496/Wilson.htm. [Consulta: 14 marzo 2004] Cuando se aplica gradualmente un arma silenciosa...ataca la vitalidad, las opciones y la movilidad de los individuos en una sociedad, conociendo, entendiendo, manipulando y atacando sus fuentes de energía social y natural, y sus fortalezas y debilidades físicas, mentales y emocionales. Mi traducción.



Su estilo ha tomado un nuevo giro. En las últimas exhibiciones que ha realizado avasalla al visitante y no solamente por medio de su poderosa presencia visual. Anteriormente sus espectaculares y posters en espacios públicos, eran la manera en la que desafiaba y confrontaba al espectador con sus propios miedos conscientes e inconscientes. Ahora su apuesta es por la idea de utilizar todas las áreas de la comunicación mediática como películas, videos y sonidos junto con sus montajes, por lo tanto, el mensaje llegará con mayor poder y será más categórico. Su obra adquiere alusiones a los demás sentidos, buscando la relación con cuerpos concretos. Dentro de cada cuarto que integra la exhibición, el espectador está expuesto a la fuerza, la agresión y el espectáculo de los medios de comunicación que permean la cultura contemporánea.

Entre 1989 y 1991 realizó tres instalaciones a gran escala en varias galerías de Estados Unidos. En estas exhibiciones, la artista transfirió palabras e imágenes directamente a la superficie de la galería. Cada instalación era un texto escrito en el piso de letras blancas sobre fondo rojo. Uno de los textos decía: *"All that seemed beneath you is speaking to you now. All that seemed deaf hears you. All that seemed dumb knows what's on your mind. All that seemed blind sees through you. All that seemed silent is putting the words right into your mouth."*



Instalación en la Galería Mary Boone, Nueva York, 1991



The carnival begins the moment one steps off the elevator, where painted words extend to one's very first inch of ground. In their color and scale, they seem more a circus than a warning, but one has no place to stand apart from this art. Playtime and political engagement have already met...Her people, gestures, images, and words have a way of glancing sideways when one least expects it. Even better, they have a way of making one laugh...Like her text, her images never sit still.¹⁰⁷



Who will write the history of tears?

Con la franqueza que la caracteriza, dirige sus textos al sentido de certeza que tenemos con el mundo. El suelo tiene una voz, las paredes te pueden escuchar, y la arquitectura manipula la forma en que hablas. Esta

¹⁰⁷ Klaus Biesenbach & Wendell Walker: "Volume: *Bed of Sound*, SHoP: *Dunescape Around 1984*: A Look at Art in the Eighties, Barbara Kruger", en *Sivilize Me*, John Haber, jhaber@haberarts.com [en línea] <http://www.haberarts.com/hickey.html>, [Consulta: 25 febrero 2004]...El carnaval comienza en el momento en que sales del elevator, donde las palabras pintadas se extienden a cada rincón del suelo. Por el color y la escala, más bien parece un circo y no una advertencia, pero nadie tiene otro lugar para alejarse de este arte. El juego y el compromiso político se acaban de conocer...Su gente, sus gestos, sus imágenes y palabras tienen una manera de acercarse al espectador cuando menos se lo espera. Más aún, tienen una manera de hacer reír...De la misma forma que sus textos, las imágenes nunca están quietas. Mi traducción.

supervisión omnipresente, todo conocedora y todo observadora se ve incrementada por la forma en la que presenta el texto, no sólo en el suelo, sino en las paredes y el techo, envolviendo al espectador. Entrar en esta sala significa ser interpelado por todos lados, arriba, abajo, a la derecha y a la izquierda. Al mismo tiempo que lees el texto, se transmiten otros mensajes al inconsciente, mediante la percepción distraída, te das cuenta de la frase o la palabra en un rincón de tu propio ojo. El tratamiento de las paredes, del suelo y del techo acentúa la forma en la que la arquitectura y los espacios sociales hablan y representan el mundo. (Nótese las manitas de chango que tiene el bebé).

En la instalación de 1996, en el museo de Arte Moderno Heide, de Melbourne Australia, Kruger trata temas referentes a la sociedad, principalmente a su preocupación por el poder masculino y su mirada. Esta fotografía de una de una mujer con una máscara quirúrgica, contiene el texto *“Your craving for yourself in others – Look like us”*.



“Look like us”



En la fotografía anterior, se observa una mujer que cuelga su cabeza por pena, al ser observada por su apariencia – disparate de un mundo que desea belleza y confianza. *"Your campaign for a world without women - Fear like us"*. Sigue trabajando con temas como la subversión de la representación y la diferencia, aunque esa diferencia no esté restringida únicamente al género.



En todas las paredes y pisos del segundo cuarto, continúan elementos de referencia a la religión: *"My God is better than your God"*; a las clases sociales: *"Look at me and know you'll never be me – Look like me"*; y a las fobias: *"Don't look at me. Don't laugh at me"*. En el tercer piso las fotografías representan hombres y mujeres gritando como los personajes de las novelas. *"I have to tell you why I'm upset?"* grita uno hombre mientras que otro, tratando de controlarse, grita entre dientes: *"Don't make me angry!"*



Instalación en el Museo de Arte Moderno Heide, de Melbourne Australia, 1996

En todas las épocas, en todos los lugares, en todos los niveles socioeconómicos, el principal problema en las relaciones humanas es querer controlar al otro y enojarse porque se atreve a no ser como yo. En el fondo de la reproducción observamos a la gente, y sobre ésta, otra fotografía con un rostro masculino – representante del poder, – exhortando a las masas a actuar bajo la frase *"Hate like us"*. Kruger sigue utilizando el poder de los medios de reproducción en su lucha por conseguir imágenes que obsesionen

a la audiencia.



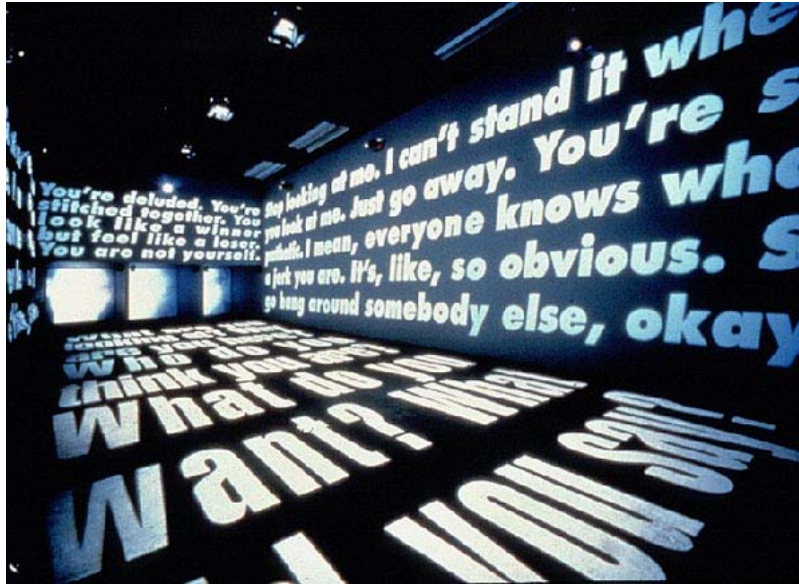
"Hate like us"

The power of the mass media strives to strengthen images that will obsess and stimulate their target audience. The epitome of this power is encapsulated in a photograph of the authoritarian saviour with his questioning, concerned look designed to appeal to the crowd. Kruger's interpretation: "Hate like us".¹⁰⁸.

En esta misma exposición, complementando el ruido de la multitud, saturó el ambiente con sonidos que se escuchaban más allá de la galería. El drama al interior, se logró mediante el uso de un panorama negro y blanco en el primer salón. El espacio estaba completamente abarrotado por los grandes

¹⁰⁸ Faculty of Arts, Monash University (Australia) [en línea], Julie Cotter, Installation Review, Barbara Kruger Museum of Modern Art, Heide, 17 October - 24 November 1996, Melbourne, <http://www.arts.monash.edu.au/visarts/globe/issue4/bkrutxt.html>, [Consulta 17 junio 2004] El poder de los medios masivos, lucha por fortalecer imágenes que obsesionan y estimulan a su audiencia. El epitoma de este poder, se encapsula en una fotografía del salvador autoritario, con su aspecto preocupado, proyectado para seducir a las masas. La interpretación de Kruger: ¡Odia como nosotros! Mi traducción.

espectaculares cuadrados con su vibrante estilo de presentar fotografías apropiadas de medios populares y palabras yuxtapuestas, presentando una mezcla entre la política y el placer, suspendiendo la euforia de las masas. Los tres grandes videos, parecían conversar entre ellos, gritando las frases de Kruger.



Esta instalación también fue exhibida como Instalación multimedia “Power, Pleasure, Desire, Disgust.” en 1997, en el Deitch Projects de Nueva York.

Although a keen eye will recognize a debt to Jean-Luc Godard's films and to installation art in general, Kruger is most obviously revisiting and reinterpreting her roots in advertising and design. Seen now, Power, Pleasure, Desire, Disgust lends the thematic thrust of Kruger's work a renewed freshness and relevance. This show is a savage critique of the L'Oreal 'because-I'm-worth-it'

¹⁰⁹ Anna Gerber, “The stuff that surrounds us, Barbara Kruger,” Eye Magazine, No. 40, Summer 2001, [en línea], Installation Review at South London Gallery, 2 Feb-18 Mar 2001. [Consulta 7 abril 2004] Aunque un ojo agudo reconoce cierta influencia del cine e instalaciones de arte en general de Jean Luc Godard, Kruger está revisitando y reinterpretando sus raíces en la publicidad y el diseño. En la exposición Power, Pleasure, Desire, Disgust, le da a su fuerte una relevancia y una frescura renovada. Esta exhibición, es una crítica salvaje contra el lenguaje publicitario de la campaña de L'Oreal: “Porque Yo lo valgo”, porque altera el lenguaje publicitario al imitarlo. Como siempre, Kruger parece creer que la imitación es la forma más sincera de lucha. Mi traducción

attitude that deviously subverts the language of advertising by imitating it. As always, Kruger seems to believe that imitation is the sincerest form of battery.¹⁰⁹



Power, Pleasure, Desire, Disgust

Installation at South London Gallery, 2 Feb-18 Mar 2001.



Kruger is the undisputed goddess of Bold Futura Italic (the face that has helped 'brand' her work), and her slogans mimic and satirise the art of copywriting while angrily condemning the often rhetorical nature of advertising...By using the formulas of advertising as a means with which to critique advertising, she reminds us how important it is to question the stuff that surrounds us.¹¹⁰

¹¹⁰ Anna Gerber, "The stuff that surrounds us, Barbara Kruger," Eye Magazine, No. 40, Summer 2001, [en línea], Installation Review at South London Gallery, 2 Feb-18 Mar 2001.[Consulta 7 abril 2004] Kruger es



Barbara Kruger
 Untitled (Shopping), 2002
 Ausstellungsansicht / Installation view, Galeria Kaufhof, Frankfurt, 2002
 2200 cm
 Foto: Norbert Miguletz / © Schirn Kunsthalle Frankfurt
 © Schirn Kunsthalle Frankfurt

"DAS BIST DU, DAS IST NEU, DAS IST NICHTS, DAS IST ALLES...DU WILLST ES, DU KAUFST ESS, DU VERGISST ES" ¹¹¹

A pesar de que la obra de arte de Bárbara Kruger ha sido cooptada desde hace algún tiempo por el mundo de la publicidad, su obra continúa haciendo que los espectadores reflexionen sobre los temas que se dan en nuestra sociedad consumista. Para demostrarlo, junto con varios otros artistas, Michael Ray Charles, Matthew Barney, Andrea Zittel, y Mel Chin, elaboraron una serie de documentales televisivos en el 2003, denominado Art:21- Art for the Twenty – First Century, "*Consumption*", que analiza cuestiones sobre el consumo. Para el segmento de presentación, se realizaron varias tomas de John Mc. Enroe en la cancha de tenis, en su galería y en la calle y también algunas tomas de gente comiendo, besándose e intercambiando dinero. Art: 21 realizó el guión de Mc. Enroe y él lo adaptó. Kruger seleccionó el material, trabajando en colaboración

la Diosa indisputable de la letra Bold Futura Italic (la marca que le ha ayudado a reconocer su trabajo), y sus *slogans* imitan y satirizan el arte del *copywriting*, mientras condenan la naturaleza retórica de la publicidad...Utilizando las formulas de la publicidad como medios con los cuales atacar la publicidad. Kruger nos recuerda que es muy importante cuestionar todo lo que nos rodea". Mi traducción.

¹¹¹ www.art-in.de/bilder/kruger.jpg. "Eso eres tú, eso es nuevo, eso es nada, eso es todo...tú quieres eso, tú compras eso, tú olvidas eso". Mi traducción

con el editor de Art: 21 entre los Angeles y Nueva York. El resultado fue el video de presentación de la serie en su cuarta temporada, gracias a la energía física de John Mc. Enroe como atleta y a la energía visual de Kruger se logró captar la esencia del tema del consumo.

El monólogo del video de presentación es el siguiente¹¹²:

JM: - Hi, I' m John Mc. Enroe. You probably know me as a tennis player, but did you also know I love art?



(Aparecen los mensajes: Love art, Buy art, Sell art, en su característico fondo rojo, letras blancas.)

JM: - You know the greatest compliment I ever received was? That I play tennis like an artist on a tennis court...that I took chances.

JM: - People think that art and tennis are too expensive,

(Aparece el mensaje: Money Talks)

¹¹²PBS Home USA, “Art: 21- Art in the Twenty- First Century”, serie de documentales televisivos [en línea], <http://www.pbs.org/art21/artists/kruger/clip1.html#> o comprar las series en VHS y DVD. Fecha de consulta, 22 de octubre 2003. Pertenece a las series documentales “Consumption” Introducción con John McEnroe. “Art:21–Art in the Twenty-First Century is the only series on television to focus exclusively on contemporary visual art and artists in the United States, and it uses the medium of television to provide an experience of the visual arts that goes far beyond a gallery visit. Fascinating and intimate footage allows the viewer to observe the artists at work, watch their process as they transform inspiration into art, and hear their thoughts as they grapple with the physical and visual challenges of achieving their artistic visions”. Arte en el Siglo XXI, es la única serie de televisión que se enfoca exclusivamente en los artistas y el arte visual contemporáneo de los Estados Unidos, y utiliza la televisión para ofrecer una experiencia de las artes visuales que van más allá de una visita a la galería. Imágenes fascinantes e íntimas permiten al espectador observar a los artistas mientras trabajan, el proceso de transformar inspiración en arte y escuchar sus pensamientos mientras luchan con los retos físicos y visuales para obtener sus visiones artísticas. Mi traducción.

JM: - But anyone can walk into a tennis court, and anyone can walk into a gallery or a museum

JM: - You don't have to buy art or buy into it.

(Aparecen los mensajes: Love art, Buy art, Sell art.)

JM: - Even if you don't consume art, we all consume food, sex, money, culture.

JM: - What is consumption anyway?

(Aparecen los mensajes: Feed me, love me, buy me, need me)

JM: - All the artists you meet tonight, all raise questions about the things we consume everyday. Now enjoy the show.

(Aparecen los mensajes: Want the show, Crave the show, Consume the show)

La clave para entender a Bárbara Kruger, es entender la posición del signo en la sociedad contemporánea. Teniendo en cuenta que se ha formado en el país cuna del consumismo del capitalismo avanzado y a pesar de que sus influencias clave han sido las películas comerciales, la publicidad, la televisión y las situaciones estereotípicas de todos los días, ha sabido analizar y depurar todos estos elementos para transmitir en su arte el rechazo a la conformidad e interferir con los estigmas culturales y los estereotipos a los que nos enfrentamos todos los días. En toda su obra, enfatiza el poder ejercido a través de los medios de comunicación y de la publicidad en la formación de la identidad del individuo. Aún cuando son eficaces herramientas de comunicación no son lugares confiables para obtener información.

Antes de realizar la composición de un anuncio: tipo de letra, tamaño, colores y modelos, los publicistas toman en consideración el segmento de mercado al cual se dirigen. Kruger es muy aguda al dirigirse a su audiencia. Examina la poética y la política de la creación, la distribución y el consumo de imágenes y se da cuenta que cada espectador puede interpretar el arte desde distintos niveles de significado, según su tipo de identidad, su sentido de la diferencia y las conexiones que cada obra le provoca. Bárbara reformula y

reconstruye los signos al hacernos descubrir el engaño de los mismos sin provocar en nosotros una necesidad que llenar – a diferencia de la publicidad.

Es considerada una virtuosa del montaje y por medio del poder de la iconografía cultural, la dislocación de ideas y las imágenes comerciales hace visible la lucha entre el signo y el significado, el hiper – consumismo de finales de Siglo XX, la naturaleza de la cultura contemporánea, la ruptura de las estructuras meta narrativas, la transformación del signo en un producto de consumo, la simulación y el simulacro de la realidad e involucra a sus observadores en el flujo soberano del poder trasladándoles todo este conocimiento en sus obras de arte.

Sus obras deterioran el poder de la imagen y desarmen el simulacro del poder mal dirigido, cargado con la energía de los constructos hiperreales. Con sus pronombres promueve la dislocación del efecto de la imagen y le muestra al espectador su alineación, porque aunque el poder sea difuso y anónimo no es difícil darse cuenta quien tiene el poder. Enardece en el observador su deseo de cambiar los roles, siendo indefinido y permitiendo la redistribución del poder.

***"I work with pictures
and words because
they have the ability to
determine who we are
and who we aren't"
Barbara Kruger***

Los artistas a través de la historia han interpretado el mundo, el punto, sin embargo, es cambiarlo

