

L'ESSENTIEL DE L'EXPO



LA VIE ET L'ÉPOQUE D'ANDY WARHOL EN BD

WARHOL

by Typex

GRAND CURTIUS
31.10.20 - 21.2.21

SOMMAIRE

Introduction.....	3
Typex - Biographie.....	4
Andy Warhol – Biographie.....	5
Le Pop art.....	12
Les Comics Books	14
le roman graphique <i>Andy, un conte de faits</i>	15
Andy Warhol by Typex quelques planches.....	16
Le magazine <i>Fortune</i>	16
Le magazine <i>Action Comics</i>	17
Le magazine <i>Interview</i>	18
Le magazine <i>The New Yorker</i>	19
La série des <i>Marilyn</i>	20
La série des boîtes de soupe <i>Campbell's</i>	22
La Factory	24
Valérie Solanas.....	26

Après Aix-en-Provence au printemps 2019, l'exposition « Andy Warhol by Typex » est présentée au Grand Curtius. Typex, célèbre illustrateur néerlandais, a publié en 2018 un incroyable roman graphique et biographique consacré au Pape du Pop art, Andy Warhol. Cette volumineuse BD retrace la vie de l'artiste, depuis sa plus tendre enfance dans les années 1930 jusqu'à la fin de sa vie en 1980. L'exposition est un prolongement de cette œuvre graphique dense et ambitieuse, permettant de s'immerger dans l'univers warholien et l'évolution de la société américaine. Dans l'espace scénographié avec Typex lui-même, on découvre des planches originales, des reproductions de grand format et des installations évoquant Warhol, son œuvre et son entourage vus par le prisme du travail très bien documenté de Typex.



TYPEX - BIOGRAPHIE

Typex est né en 1962 à Amsterdam. Il grandit en lisant les bandes dessinées de Robert Crumb, Will Eisner mais aussi des magazines *Spirou* et *Pilote*. Après des études dans une école d'art, il fait ses premières armes en tant qu'illustrateur dans le magazine underground néerlandais *Tante Leny Presenteert*. Cette revue publiée entre 1971 et 1978, introduit la bande dessinée d'auteur au Pays-Bas. Au sein de cette publication, Typex travaille avec d'autres illustrateurs et dessinateurs de BD comme Peter Pontiac (Peter JG Pollman, 1951 – 2015), connu pour sa vie de marginal et ses bandes dessinées autobiographiques. En 2013, il est lauréat du Prix Willy-Vandersteen pour sa bande dessinée biographique consacrée à Rembrandt, publiée chez Casterman. En 2018, il écrit et dessine une biographie d'Andy Warhol, *Andy, un conte de faits*. En 2019, il reçoit le Prix Stripschap récompensant la contribution exceptionnelle de l'ensemble de son œuvre à la BD. Le travail de Typex tourne principalement autour du cinéma, de la musique et de l'art. La force de Typex est sa capacité à adapter son style graphique en fonction des sujets qu'il traite.



Portrait de Typex © www.bedetheque.com (D.R.)

ANDY WARHOL – BIOGRAPHIE

Andrew Warhola est né à Pittsburgh (Pennsylvanie, Nord-est des Etats-Unis) en 1928. Dix ans auparavant, ses parents, originaires du village de Mikova dans l'actuelle Slovaquie, émigrent vers cette cité industrielle américaine, fuyant leur dure condition de vie et la négation de leur culture Ruthène sous la domination de l'Empire austro-hongrois. Comme beaucoup d'immigrés européens, l'Amérique est pour eux le pays de tous les rêves, de l'argent facile, de la gloire, de la consommation, de l'abondance.

Aux États-Unis, la famille vit une existence modeste mais heureuse. Cadet d'une famille de 3 enfants, le jeune Andrew est très attaché à sa mère. Ce lien s'intensifie d'autant plus durant une longue convalescence en 1936, au cours de laquelle il parcourt de nombreux magazines relatant la vie des stars hollywoodiennes, lit les *comics strip* (bande dessinée) de Dick Tracy et des revues de cinéma. Il rêve de vivre à New-York ou Hollywood et se découvre également un talent pour le dessin, qu'il pratique de manière compulsive en parallèle aux collages réalisés à partir d'images découpées dans des magazines.

A 17 ans (1945), il décroche une place au Carnegie Institute of Technology d'Oakland pour étudier le design graphique. L'enseignement qu'il y reçoit est inspiré des théories du Bauhaus basées sur une synthèse entre les Beaux-Arts et les arts appliqués. Lors de ce cursus, il découvre la technique du dessin tamponné sur buvard qu'il exploitera bien plus tard dans sa production posant les bases d'une approche sérielle de reproduction rapide d'une image. Diplômé, il s'installe à l'été 1949 à New-York



Portrait de Andy Warhol par Jack Mitchell
© www.wikipedia (D.R.)

et contacte les directeurs artistiques des magazines. Il décroche un premier contrat pour le magazine *Glamour*, publication du grand groupe de presse de Condé Nast (*Vogue, Vanity Fair,...*).

Si ses origines modestes, son accent provincial et ses difficultés d'interaction sociale ont pu être un frein à son intégration à ce monde riche, élégant et raffiné, Warhol va pourtant collaborer régulièrement avec ce magazine mais aussi travailler pour *Harper's Bazaar, American Girl, Dance magazine, Seventeen, Mademoiselle,...*côtoyant la vie des stars qui le fascine. Doué pour le commerce et attiré par l'argent, il fonde en 1957 « Andy Warhol Entreprise Inc. », une société lui permettant de gérer ses commandes publicitaires.

Au début des années 1960, illustrateur reconnu, Warhol oriente sa carrière vers la peinture. Il se lance dans la production de peintures en série dont les thématiques sont une critique de la société de consommation de masse de « l'American way of life » et des icônes médiatiques, suivant ainsi l'exemple des artistes précurseurs du Pop art (Robert Rauschenberg, Jasper Johns,...). Décontextualisés, accrochés aux cimaises des galeries et musées, des biens de consommation courante et les figures médiatiques américaines sont élevés au rang de sujet artistique, bouleversant ainsi les codes hiérarchiques de l'art. Grâce à la technique de la sérigraphie, il applique un caractère sériel à ces images devenues œuvres d'art. Ainsi, il révolutionne le monde artistique encore attaché au modèle de l'œuvre unique produite manuellement par l'artiste. Sa démarche est à contre-courant de l'expressionnisme abstrait, courant qui domine la scène artistique de l'époque et que Warhol juge trop élitiste.

CONDÉ NAST

Né en 1873 à New-York, Condé Nast fait des études de droit à Georgetown, financées par sa tante. Après avoir obtenu son diplôme en 1894, il trouve ensuite un emploi de directeur de la publicité pour le magazine *Collier's weekly*. En 10 ans, il multiplie par cent les revenus publicitaires. Il quitte ce magazine et rachète *Vogue*, à l'époque, petit magazine de société new-yorkaise. Il le transforme en un des principaux magazines de mode des États-Unis. Il transforme ensuite *Vanity Fair* en une publication sophistiquée. Il développe de plus en plus de publications et de magazines, devenant un magnat de la presse américaine.



Portrait de Condé Nast ©www.wikipedia (D.R.)



Ouvert en 1964, son atelier qu'il dénomme la « Factory » (la « Fabrique ») est un laboratoire artistique multidisciplinaire où se croisent artistes, marginaux et jeunes argentés désœuvrés. Espace de liberté artistique, c'est à la Factory que Warhol peut travailler dans un processus créatif collaboratif avec son entourage. Reflet d'une époque, la Factory est un des symboles de la culture « underground », un mode de vie alternatif.

Au printemps 1965, Warhol annonce prendre sa « retraite » d'artiste pour se consacrer au cinéma expérimental. Il réalise ses premiers films, proposant un cinéma en temps réel, sans narration, sans montage et sans action, loin des productions hollywoodiennes. Il considère la caméra comme un œil mécanique qui enregistre la vie telle qu'elle se déroule.

En 1968, Andy Warhol est victime d'un attentat au sein de la Factory. La militante radicale féministe, Valérie Solanas (1936-1988), ancienne star des films de l'artiste et auteure du manifeste féministe « Scum » lui tire trois balles dans l'abdomen. À la suite de cet événement traumatisant, Warhol laisse disparaître plus encore son angoisse de la mort et l'ambiance change au sein de la Factory. S'il n'abandonne pas le cinéma, il se cantonne désormais à la production, réalise de nombreux portraits mondains de commande et lance le fameux magazine de cinéma underground *Interview*.

Durant les années 1980, il tente de renouveler son langage plastique et collabore avec la jeune génération d'artistes issue de la rue et leurs nouvelles pratiques picturales. Ainsi, il confronte sa créativité à celle

d'artistes émergents comme Jean-Michel Basquiat ou encore Keith Haring.

Devenu de son vivant une figure emblématique du Pop art, Andy Warhol meurt en 1987 à New-York des suites d'une opération de la vésicule biliaire.

CONCEPT DE L'ŒUVRE D'ART UNIQUE

Jusqu'au 20^e siècle, on considère qu'une œuvre d'art est une pièce unique, créée et façonnée par l'artiste, mettant en évidence les qualités et compétences de ce dernier. Au début du 20^e siècle, certains mouvements artistiques comme le Ready Made et l'art conceptuel ont remis en question le principe qu'une œuvre d'art doit impérativement être manufacturée par l'artiste lui-même. En reproduisant en série des images par un procédé industriel, Warhol bouscule lui aussi ce vieux poncif. Il s'efface en tant qu'artiste derrière le principe de la reproduction mécanique, élément central de sa réflexion artistique.

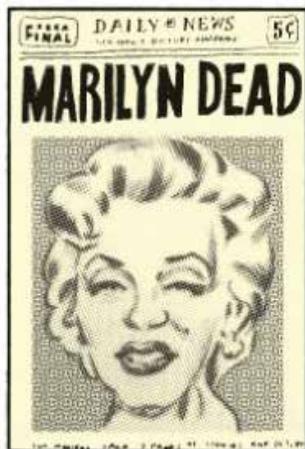
SÉRIGRAPHIE

La sérigraphie, dérivée du pochoir, fonctionne à partir d'écrans de soie ou de nylon. L'artiste réalise le dessin sur l'écran grâce à une encre latex. Un produit bouche-pore est ensuite étalé pour obstruer les parties sans dessin. Après séchage, l'encre latex est décollée, libérant ainsi les mailles du motif et laissant passer l'encre. La couleur est ainsi déposée en aplats sur le support (qui peut être du papier, du textile, etc.) et sera raclée avec une règle en caoutchouc. Il y a autant d'écrans et de passages qu'il y a de couleurs différentes. L'engouement pour cette technique inventée au 17^e siècle par les Japonais remonte au milieu du 20^e siècle, lorsque l'armée américaine la diffuse sur le continent européen. Pendant la Seconde Guerre mondiale, chaque camp militaire a un atelier de sérigraphie qui sert au marquage des véhicules, de la signalétique. Lors des mouvements contestataires de mai 1968, la sérigraphie est utilisée pour produire des affiches en masse. À partir des années 70, elle devient très présente dans de nombreuses productions de notre quotidien (impressions de panneaux signalétiques, autocollants, textiles, etc.). Cette technique de reproduction industrielle a été détournée de son usage originel par le monde artistique, notamment par les artistes « Pop » des années 50-60.

WARHOL ET LA SÉRIGRAPHIE

Warhol apprécie la technique de la sérigraphie qui permet de mécaniser une production tout en laissant place à la créativité, dans le choix des détails à mettre en évidence, dans la sélection des coloris ou encore la mise en scène. Au début de sa carrière, il confie la conception des voiles de sérigraphie à un imprimeur, plus tard c'est tout aussi bien lui ou un de ses assistants qui exécute les étapes. Il dira « Ce serait formidable si plus de gens employaient la sérigraphie, de sorte que personne ne saurait si mon tableau est vraiment le mien ou celui d'un autre » !

Après avoir sélectionné une image dans un magazine, une publicité, ou des photos prises par lui-même, Warhol envoyait cette image découpée au studio photographique. Il en obtenait une image très contrastée en noir et blanc sur un film transparent qui est l'image positive qui va être transférée ensuite sur l'écran de soie. Les mailles de l'écran sont couvertes d'émulsion photosensible. Une fois sèche, le film en positif est placé sur l'écran et exposé à une lumière puissante qui a pour effet de fixer l'image sur l'écran. Avant de commencer à imprimer, il décidait s'il réalisait une composition unique ou sérielle. Une fois les repères indiqués sur la toile, il choisissait les couleurs, et peignait en restant fidèle aux lignes de base, recouvrant la toile de larges aplats. Ensuite, il ajustait l'écran avec la toile grâce à ses repères et passait l'encre sur l'écran. Cette technique bien que mécanique est aussi imprévisible. Warhol recherche ce critère « hasard » dans le résultat de ses impressions.



LE POP ART

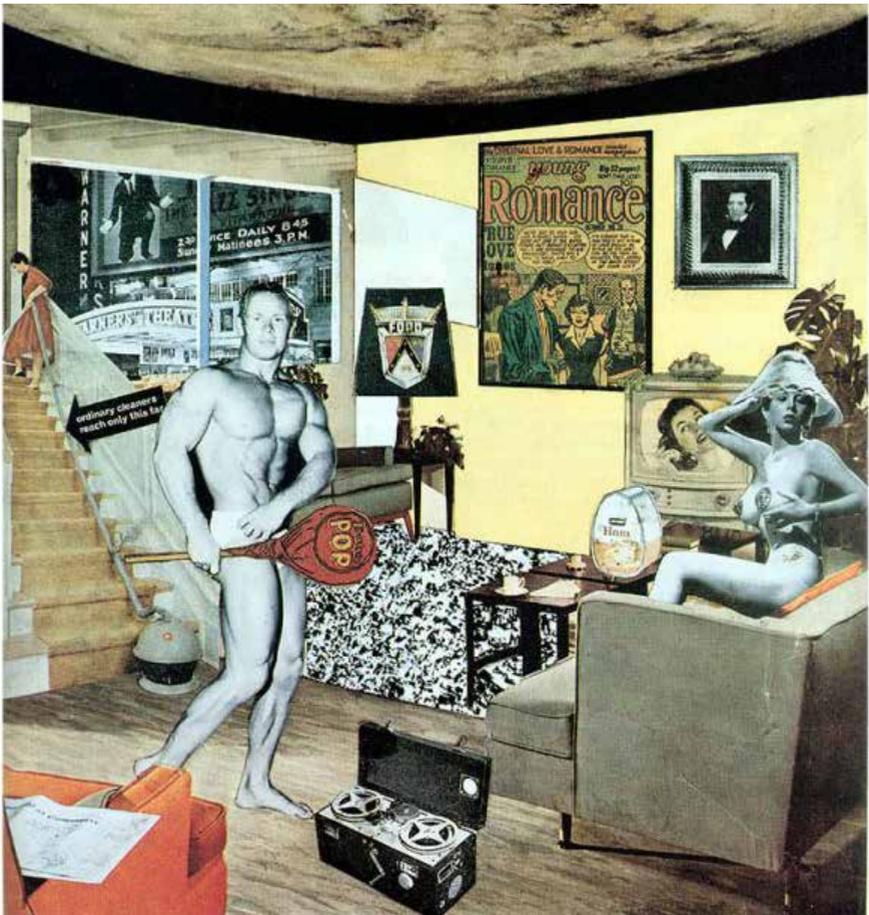
Phénomène artistique lié à la modernité d'après-guerre, le Pop art (contraction de « popular art ») naît d'abord en Angleterre au milieu des années 1950, et se diffuse rapidement vers l'ensemble du monde occidental, dans le contexte de la société industrielle capitaliste et consumériste. Cette culture « Pop » touche différents domaines : arts plastiques, mode, musique, etc.

Le Pop art atteint, dans la fin des années 1950, les États-Unis. Entre Angleterre et États-Unis, les tendances du Pop art se différencient. Il est abordé avec humour et légèreté chez les précurseurs anglo-saxons alors que les Américains, bombardés d'objets de production de masse, créent des images plus percutantes. Souvent empreinte de couleurs vives, l'image « Pop » se construit à l'origine autour d'un mélange de fascination et d'ironie à l'égard de la culture américaine de la fin des années 1950. À travers cette image, la société américaine est mise en évidence par un assemblage de symboles, qui amène les artistes « Pop » à poser une réflexion plus large sur la (sur-)consommation et la (sur-)production. Caractérisé par les thèmes et les techniques tirés de la culture de masse (tels que la publicité, la bande dessinée...), un des médiums les plus exploités pour construire des images « Pop » est la sérigraphie, qui donne un rendu en aplats de couleur vive, extrêmement précis, et participe à la multiplication d'images de la société de consommation. Le collage aussi est fréquent chez les artistes « Pop », facilitant la juxtaposition d'allusions et d'ambiguïtés à des super-héros, à des boîtes de conserves, des marques de produits ou des icônes de marque, etc.

Le Pop art travaille à partir d'objets de la vie quotidienne. Par ce choix d'un sujet ordinaire, les œuvres d'art ne sont plus réservées à l'élite mais parlent à une plus large frange de la population. Enfin, faire entrer au musée (ou dans une galerie) une série de représentations d'un objet du quotidien participe également à la désacralisation de l'œuvre d'art. Le Pop art se questionne ainsi sur le statut de l'œuvre d'art.

HAMILTON ET LE MANIFESTE DU POP ART ANGLO-SAXON

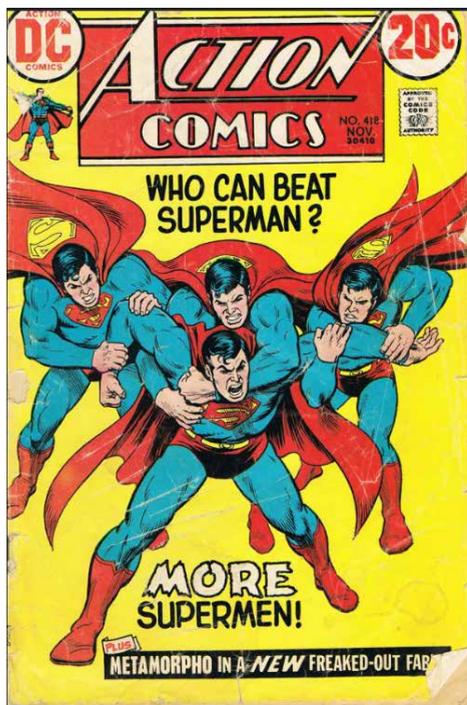
L'apparition du Pop art en Angleterre est intimement liée au travail de l'Anglais Richard Hamilton (1922- 2011). Avec *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing* (en 1956), Hamilton compile des symboles de la société de consommation de la culture populaire industrielle, par des allusions à des arguments de vente, par l'emploi de l'image d'une couverture du Young Romance (revue comics américaine créé par J.Kirby et J.Simon en 1947), du dernier poste de TV à la mode, de l'icône « bodybuildée » Irvin Kozzowski, etc. Créée pour l'exposition *This is tomorrow* (en 1956), cette œuvre est considérée comme une sorte de manifeste du Pop art anglais. Le terme « pop » y apparaît pour la première fois sur la sucette que tient le bodybuilder.



Richard Hamilton, *Just What is it that makes today's home so different, so appealing*, collage 1956, musée Kunsthalle, Tübingen, Allemagne © Musée Kunsthall (D.R.)

LES COMICS BOOKS

Les comics books apparaissent en 1934 avec *Famous Funnies*. A l'origine, les comics étaient des recueils des strips parus dans les journaux. En 1938, *Action Comics* publie les premières aventures de Superman, entraînant un véritable engouement pour ce genre littéraire. Rapidement, tous les genres sont représentés du western à l'humour en passant par la science-fiction. En 1944, près de 400 titres paraissent certains mois. Après la Deuxième Guerre mondiale, si le goût pour les superhéros décline, les comics books sont entrés dans les mœurs populaires. En 1954, le docteur Frédéric Werthman mène une campagne contre les comics books, auxquels il reproche d'encourager la délinquance juvénile. Cette bataille aboutit par la création du Comics Code Authority, organisation qui régule les contenus des bandes dessinées. Au cours des années 1960, les comics books connaissent un regain de notoriété grâce au renouveau des super-héros, porté par Marvel Comics. C'est durant cette décennie que se développent également les comics underground qui permettent au comic book d'atteindre un public plus adulte. Cette segmentation entre publication « mainstream » (grand public), principalement avec des aventures de super-héros, et d'autre part des publications alternatives, domine encore aujourd'hui la scène de la bande dessinée américaine.



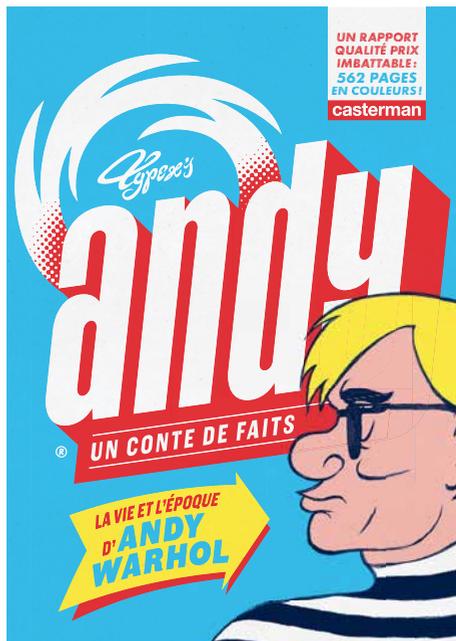
Couverture du comic book *Action Comic*, 1938
© www.bedetheque.com/ (D.R.)

ANDY, UN CONTE DE FAITS LE ROMAN GRAPHIQUE

En 2018, Typex a publié aux éditions Casterman un roman graphique biographique consacré à Andy Warhol. Contrairement à la biographie de Rembrandt qu'il a réalisée en 2015, il ne s'agit plus d'une commande mais d'une démarche personnelle. Son choix s'est porté sur le pape du Pop art pour des raisons d'affinités avec son univers artistique, riche source d'inspiration pour lui. Pour Typex, Andy Warhol est un miroir de la modernité de son temps. Il incarne le rêve américain. Issu d'une famille d'immigrés, Warhol devient probablement l'un des artistes les plus célèbres du 20^e siècle. C'est aussi le reflet du cauchemar de l'Amérique, car pour parvenir à ce statut, l'artiste va puiser dans les aspects les moins reluisants de la société.

Cette biographie graphique est divisée en dix chapitres et propose une approche inédite de l'œuvre de Warhol. Chacun illustre une période charnière de la vie de Warhol, depuis la petite enfance jusqu'à sa mort. Pour chaque chapitre, Typex a adopté un style graphique différent. Ces styles trouvent des similitudes avec l'esthétique de la bande dessinée et de la presse de l'époque historique dont traite le chapitre, mais aussi avec les aspects de l'œuvre de Warhol. Ce choix artistique démontre toute l'étendue du talent de Typex. Par exemple, les planches illustrant la jeunesse de l'artiste dans les années 1930 sont traitées dans des tonalités de gris, donnant l'impression d'ouvrir un journal durant la Grande Dépression, alors que plus loin, les couleurs jaillissent des planches de manière psychédélique.

Durant cinq ans, Typex s'est documenté sur la vie d'Andy Warhol. Face à l'abondance d'informations, il a dû effectuer des choix, partant du principe que chaque té-



Couverture de l'album *Andy, un conte de faits*, par Typex, 2018, éditions Casterman ©Casterman (D.R.)

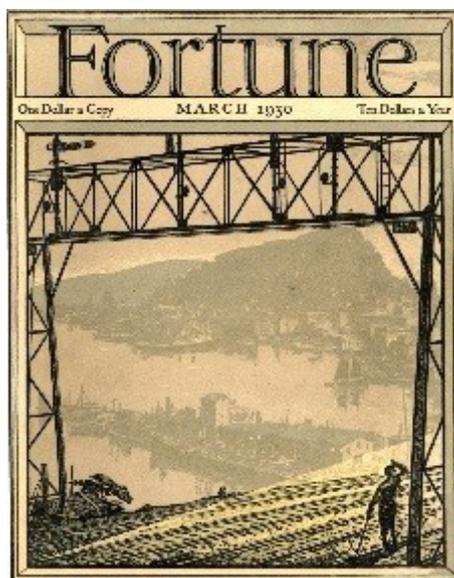
moignage est déjà une forme d'interprétation, à partir de souvenirs déformés. Ce long travail de défrichage de la masse d'informations a permis à l'auteur de rendre la complexité de la personnalité de Warhol. Typex confesse également qu'une partie des rencontres qu'il a dessinées n'ont peut-être pas existé...

Si le roman est une biographie d'Andy Warhol, c'est aussi une fresque de la pop culture américaine des années 1930 aux années 1980. On y croise des personnalités qui ont marqué ces décennies comme Marilyn Monroe, Jim Morrison, Richard Nixon ou encore Michaël Jackson. On y rencontre également des personnages de fiction tels que Mickey, Superman ou les Pierrafeu. Le roman est ainsi une œuvre dense et complexe qui offre une immersion totale dans l'œuvre de Warhol.

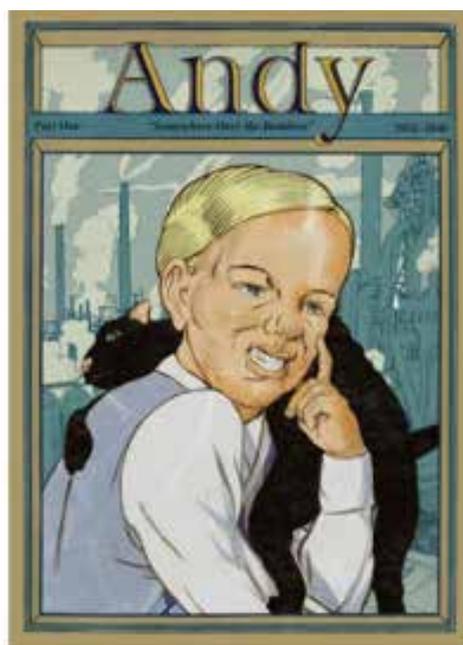
ANDY WARHOL BY TYPEX QUELQUES PLANCHES

LE MAGAZINE FORTUNE

Pour introduire la décennie des années 1930, Typex choisit de s'inspirer de la couverture du magazine américain *Fortune* du mois de mars 1930. Ce magazine consacré à l'économie est le deuxième plus ancien d'Amérique après *Forbes* (1917). Cette publication, créée en février 1930 par Henry Luce (co-fondateur des magazines *Time*, *Life* et *Sport Illustrated*), voit le jour quelques mois après le crash de Wall Street en 1929. Si de nombreuses publications ne coustaient à l'époque que quelques sous, *Fortune* était vendu 1 dollar américain (15,5 \$ en 2020), laissant penser que vu son prix, son contenu devait être incroyable et étoffé. A cette époque, les publications traitant du monde financier présentaient une mise en page austère, remplie de chiffres et de statistiques en noir et blanc. *Fortune* prend le contre-pied de cette tradition éditoriale, imprimé en couleur en très grand format sur un papier de bonne qualité couleur crème. *Fortune* se démarquait également de ses concurrents par la qualité de ses illustrations, notamment de sa couverture. Designers, illustrateurs et grands photographes comme Margaret Bourke-White et Walker Evans, ont contribué à la richesse graphique des couvertures du magazine. Cependant, la photographie du numéro de mars 1930 reste encore non créditée.



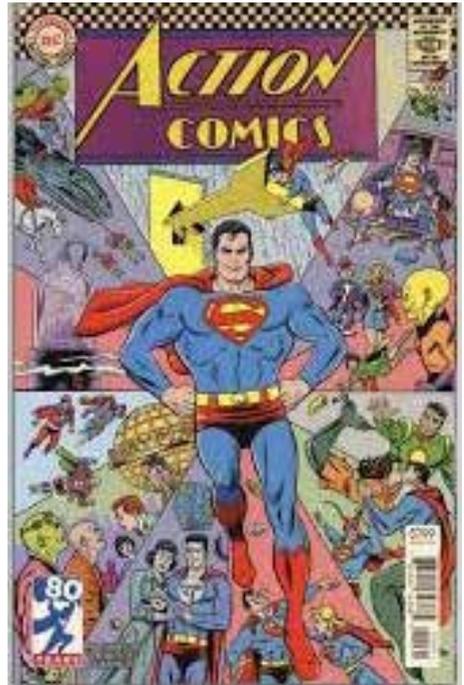
Couverture du magazine *Fortune* de mars 1930
© www.Fortune.com (D.R.)



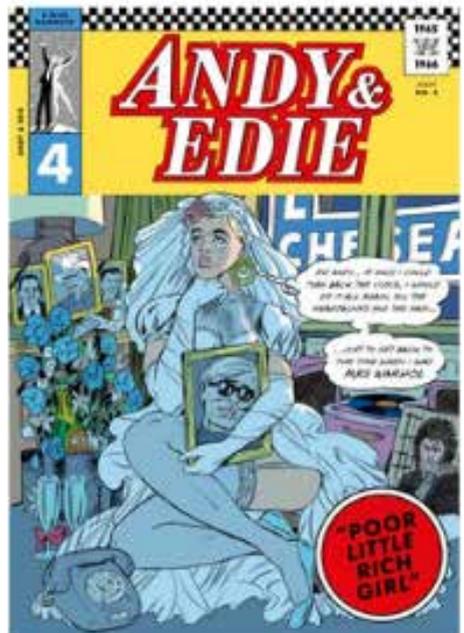
Typex, *Andy, un conte de faits*, Planche du chapitre 1,
p. 11 © Casterman

LE MAGAZINE ACTION COMICS

En 1938, le dessinateur Sheldon Mayer présente à Max Gaines, créateur du comic book, des strips présentant les aventures d'un personnage doté de super pouvoirs. C'est le deuxième plus ancien comic books après *Detective Comics*. Dans le premier numéro de *Action Comics* en avril 1938 apparaît le personnage de Superman, le premier véritable super-héros. Très vite, *Action Comics* édite une série consacrée à Superman mais aussi à de nombreux autres comics dédiés aux super-héros costumés. En 2018, *Action Comics* publie son numéro 1000. À cette occasion, le numéro est présenté avec douze couvertures alternatives officielles, mettant à l'honneur Superman au fil des décennies. La couverture variante des années 1960 a été conçue par le bédéiste américain Michael Allred. Célèbre pour la création de la série *Madman*, son style est souvent comparé au Pop art.



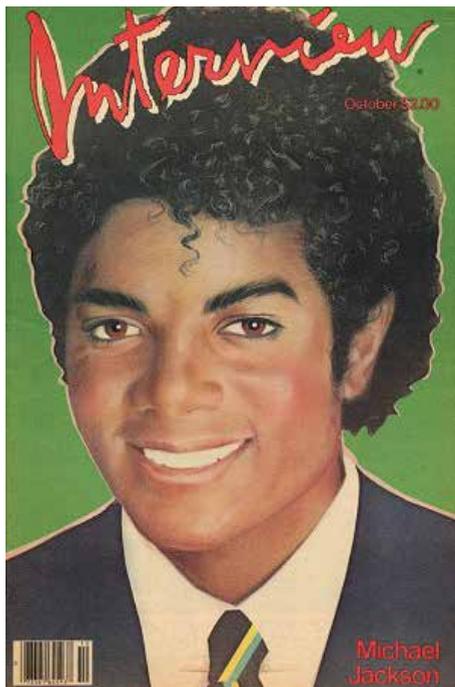
Michael Allred, *Superman*, couverture du magazine *Action Comics*, n°1000, réédition des années 1960, juin 2018
© www. <https://www.retrorhcc.com/> (D.R.)



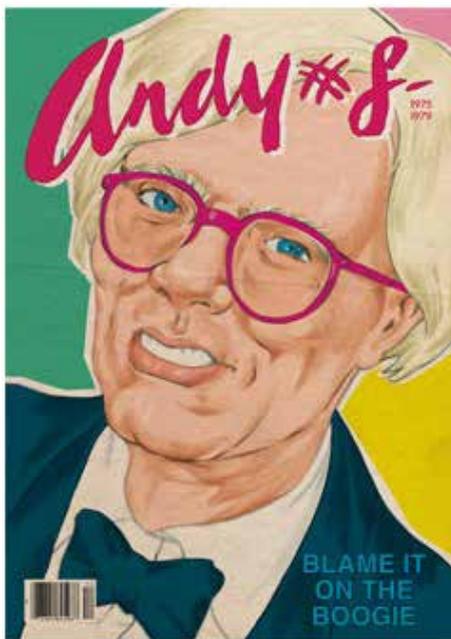
Typex, *Andy, un conte de faits*, planche du chapitre 4, p. 163 © Casterman

LE MAGAZINE INTERVIEW

Dans les années 1970, Andy Warhol consacre beaucoup d'énergie à son nouveau projet, le magazine *Interview* qu'il crée en 1969. Conçu au départ comme un magazine de cinéma underground, sa formule va rapidement évoluer s'ouvrant à d'autres formes artistiques et privilégiant alors les potins du showbiz. Avec son magnétophone, Warhol réalise des interviews des célébrités, poussant celles-ci à se confier sur les détails les plus précis de leur vie quotidienne. Le magazine chronique le rythme effréné des nuits new-yorkaises, notamment les soirées au Studio 54, célèbre club underground new-yorkais. Par son activité pour le magazine, il fréquente les célébrités, espérant qu'elles lui passent ensuite commande d'un portrait. Les recettes générées par *Interview* sont pour la plupart réinvesties dans la production des films et les activités de la Factory.



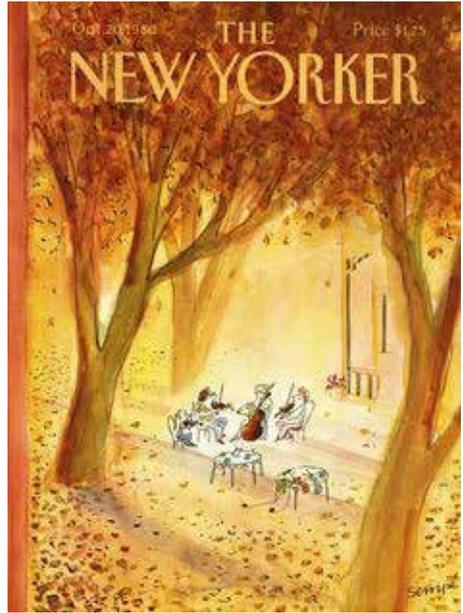
Couverture du magazine *Interview*, octobre 1982
© <https://www.interviewmagazine.com/> (D.R.)



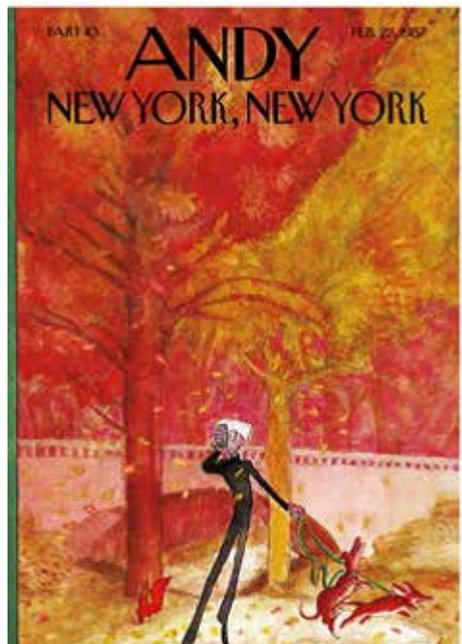
Typex, *Andy, un conte de faits*, planche du chapitre 8, p. 393 © Casterman

LE MAGAZINE *THE NEW YORKER*

En février 1925, le journaliste du *New York Times* Harold Ross crée avec sa femme le magazine *The New Yorker*. Ils souhaitent créer un journal humoristique, sophistiqué et subtil, contre-point de la banalité des autres revues d'humour. Même si le magazine ne perdra jamais son sens humoristique, il s'établit rapidement comme une tribune du journalisme sérieux et de la fiction, publiant les essais et nouvelles d'auteurs parmi les plus respectés. La publication est complétée par des articles de fond couvrant de nombreuses thématiques. En 1978, le dessinateur humoriste français Jean-Jacques Sempé (né en 1932) réalise sa première couverture pour *The New Yorker*. Début d'une longue série puisqu'il en créera plus d'une centaine par la suite, marquant véritablement la consécration de sa carrière.



Jean-Jacques Sempé, *Quatuor d'automne à cordes*,
couverture de *The New Yorker*, 20 octobre 1988
© <https://image-republic.com/> (D.R.)



Typex, *Andy, un conte de faits*, planche du
chapitre 10, p. 501 © Casterman

LA SÉRIE DES MARILYN

Andy Warhol est fasciné depuis l'enfance par les stars et les célébrités. Il possède d'ailleurs une collection impressionnante d'images représentant ces icônes, reproduites en masse, telles des produits de consommation, dans la presse américaine.

En août 1962, l'actrice américaine Marilyn Monroe décède dans des circonstances non identifiées. Son visage fait la une de tous les journaux, et l'actrice devient rapidement un mythe de l'industrie du cinéma hollywoodien. Fasciné par cette mythologie hollywoodienne et depuis peu par la thématique de la mort, Andy Warhol s'empare du sujet. A cette même époque, il abandonne la technique de reproduction d'un motif par l'utilisation de tampons en caoutchouc gravés. Trouvant ce procédé trop artisanal, il se tourne vers la technique de la sérigraphie, un procédé mécanique de multiplication sériel des images issu du monde industriel. Grâce à ce procédé, il réalise une série de portraits à l'effigie de la star entre 1963 et 1967. L'image d'origine est une photographie publicitaire de l'actrice pour la promotion du célèbre film *Niagara* de Henry Hathaway (1953). Sur ce cliché, Marilyn apparaît comme l'archétype de la pin-up, une icône incarnant le désir et le glamour.

Andy Warhol traite la photo originale de manière à dépouiller le visage de la star de toute émotion, retenant quelques traits essentiels et en enlevant la perspective. Il en accentue certains éléments renforçant la féminité tels que les lèvres, le « maquillage » outrancier des yeux, la blondeur des cheveux. Il colore ces portraits d'une palette vive, presque saturée et détachée de la réalité visuelle et anatomique. L'image de la mythique actrice est là, reproduite à la chaîne, comme n'importe quel bien consommable. Derrière ce vernis, en canonisant de la sorte l'image de Marilyn, Warhol laisse aussi transparaître son angoisse de la mort.



Marilyn , Portfolio de dix sérigraphies sur papier, 1967
© collection privée (D.R.)



Typex, *Andy, un conte de faits*, planche p. 112. © Casterman

MARILYN MONROE

Norma Jeanne Mortenson dite Marilyn Monroe est née en 1926 à Los Angeles. La jeune femme se destine initialement à une carrière de mannequin. Après avoir posé nue pour le célèbre magazine *Play Boy*, elle est repérée par l'acteur Ben Lyon et signe en 1946 son premier contrat d'actrice auprès de la 20th Century Fox. Considérée comme une star hollywoodienne grâce à ses performances dans des films cultes comme *Les hommes préfèrent les blondes* (1953), *Sept ans de réflexion* (1955) ou encore *Certains l'aiment chaud* (1959), elle est récompensée d'un Golden Globe en 1960.

C'est donc entre 1950 et 1960, période marquée par la prospérité de l'après-guerre et l'âge d'or des studios de cinéma, que Marilyn devient une icône populaire de l'Amérique, incarnation de la version glamour du « rêve américain ». Elle est aussi au cinéma un modèle de femme désirable dont l'Américain moyen rêve. Mais Marilyn Monroe incarne également la « femme-objet », celle que les hommes puissants aiment afficher à leurs bras, mais n'épousent pas. L'image d'une femme un peu sotte, vulgaire, parvenant grâce à ses charmes, lui colle à la peau. Insatisfaite de sa carrière mais aussi de sa vie personnelle, l'actrice est dépendante aux médicaments et à l'alcool. Elle souffre aussi de dépression et d'anxiété. Marilyn Monroe décède début août 1962. Si la police a conclu à un suicide probable, sa mort ne sera jamais vraiment élucidée. Disparue au sommet de sa popularité, l'actrice est instantanément devenue une icône absolue du cinéma.

LE PROCÉDÉ D'AGRANDISSEMENT DES IMAGES

Afin d'agrandir les images imprimées découpées dans les magazines et les journaux, Andy Warhol utilise un épiscopes. L'épiscopes est un instrument d'optique qui permet la projection, par réflexion d'une image agrandie, d'un objet opaque.

Dans un premier temps, il fixe sur un mur une feuille de papier ou un morceau de toile recouvert d'une couche d'apprêt blanc. Il y projette dessus son image et repasse rapidement au crayon les principaux contours et éléments typographiques qu'il souhaite conserver. Il repasse ensuite ces contours avec une peinture noire, le plus souvent un pigment mélangé à de la caséine, une protéine présente notamment dans le lait.

LA SÉRIE DES BOITES DE SOUPE *CAMPBELL'S*

En 1962, Andy Warhol présente à la galerie Ferus (Los Angeles), trente-deux toiles représentant des boîtes de soupe de la marque Campbell's, faisant entrer un bien de consommation courante aux cimaises d'un lieu dédié à l'art. Il expose l'image de ce produit tel qu'il est, ne cherchant pas à dissimuler sa valeur marchande. De prime abord identique, l'image de ces boîtes de conserve a été obtenue par le procédé de reproduction industrielle de la sérigraphie. L'utilisation de ce procédé a suscité le débat au sein de la critique artistique, remettant en question la notion d'œuvre d'art unique et les fondements même des Beaux-Arts.

A y regarder de plus près, chaque toile représente une variété de soupe différente. La série était présentée de manière linéaire, évoquant la disposition des boîtes sur une étagère ou un rayonnage. Ce choix scénographique suggère ainsi la consécration des supermarchés et la consommation de masse. Pour Warhol, « les grands magasins deviendront les nouveaux musées et les musées des grands magasins ». La soupe, financièrement accessible à toutes les catégories sociales, fait partie de l'alimentation quotidienne des familles. Plus jeune, Warhol mangeait ces soupes à quasiment tous les repas et sa mère récupérait les boîtes vides pour les transformer en fleurs en fer blanc. Ce choix thématique s'inscrit dans la fascination de Warhol pour la culture populaire et l'« American way of life ». Au fil de sa carrière, il puisera régulièrement son inspiration dans les supermarchés américains, s'emparant d'objets emblématiques de la consommation comme les cartons de savon Brillo et les bouteilles de Coca-Cola. Aujourd'hui, ces œuvres sont perçues comme une critique de la société de consommation et du capitalisme poussant les sociétés à produire à la chaîne.

CAMPBELL'S SOUP COMPANY

La société Campbell's a été créée en 1869 aux États-Unis par un marchand de fruits, Joseph A. Campbell, associé à Abraham Anderson, fabricant de réfrigérateurs. À l'origine, la société produit toute sorte d'aliments conditionnés dans des boîtes de conserve. En 1897, John T. Dorrance entre dans la société. Chimiste, il développe une méthode permettant d'extraire l'eau – ingrédient le plus lourd, des aliments. Ses soupes concentrées furent rapidement un vrai succès commercial en raison de leur caractère pratique et de leur faible prix. Produit phare des familles américaines, la soupe Campbell's a eu comme porte-parole publicitaire de nombreuses célébrités comme Ronald Reagan ou Orson Welles. L'œuvre d'Andy Warhol a contribué à renforcer son succès populaire.



Campbell's Soup I, Portfolio ten prints, 1968 © FRAC, Bourgogne, France (D.R.)



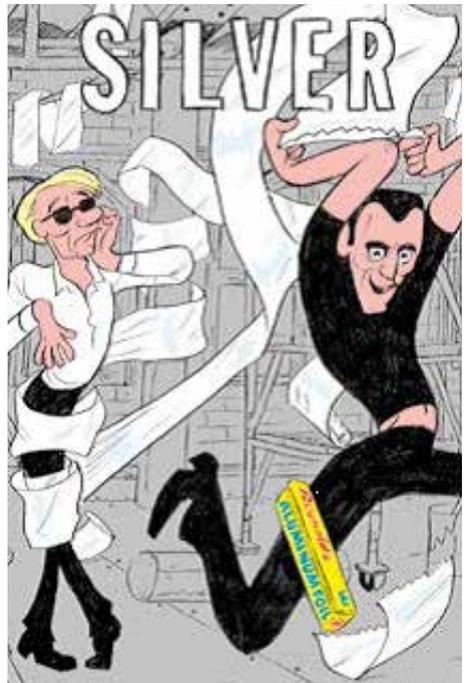
Typex, Andy, un conte de faits, planche p. 478 © Casterman

LA FACTORY

En 1964, Warhol installe son atelier, la Factory, au 231 East 47^e rue dans un ancien bâtiment industriel. Cet atelier est avant tout un laboratoire où se croisent toutes les disciplines : art, rock, mode, presse, publicité, cinéma. Le lieu est surnommé « Silver Factory » en référence aux décors d'aluminium et la peinture argentée qui en recouvraient les murs. Espace de liberté artistique, la Factory permet à Andy Warhol de travailler en collaboration avec les personnalités de son entourage. La Factory, c'est aussi un lieu symbolique de la vie underground où se croisent marginaux, drogués, artistes, transsexuels, filles de bonne famille... Plus qu'un atelier c'est aussi une galerie, un studio de tournage, une salle de projection et de concert et bien sûr un lieu de fête.



Billy Name, *Andy with Brillo box* 1964 © Billy Name (D.R.)



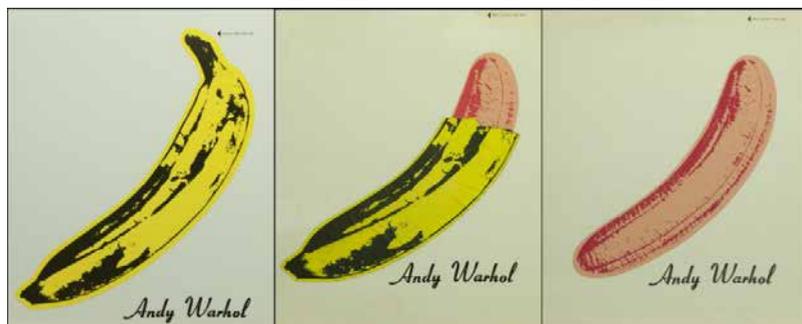
Typex, *Andy, un conte de faits*, planche p. 141. © Casterman

VELVET UNDERGROUND AND NICO

Fin 1964, le new-yorkais Lou Reed rencontre John Cale, un jeune pianiste. Ils fondent ensemble un groupe de musique qui prendra le nom *The Velvet Underground* en 1965 et sort sa première démo. Alors qu'ils se produisent à Lafayette Street Cinematheque, Paul Morrissey, associé d'Andy Warhol les invite à la Factory. Ils sont très vite intégrés au milieu artistique de la Factory, mais Warhol trouve qu'il manque au groupe un membre capable de chanter et attirer les regards. Il leur présente l'actrice et mannequin Nico, dont la voix grave et suave fera le succès du groupe. *The Velvet Underground* profite de la notoriété de Warhol pour décrocher un contrat musical auprès d'une filiale de MGM. En 1966, Warhol produit leur premier album et sérigraphie l'illustration de la pochette avec une banane autocollante légendée « peel Slowly and See » (pelez lentement et voyez), découvrant une banane rose.

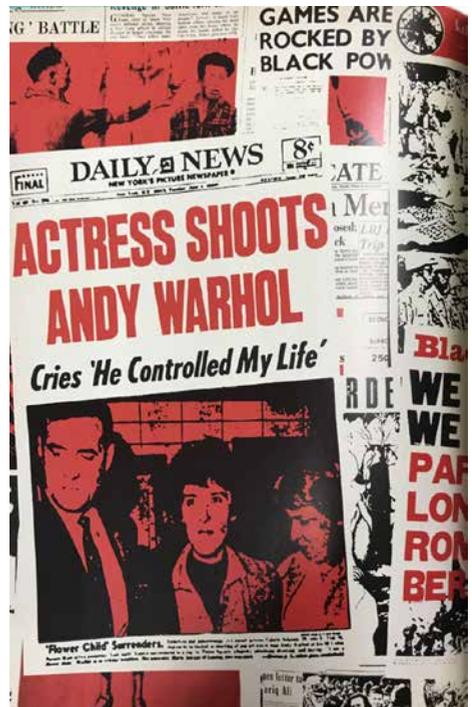


Typex, Andy, un conte de faits, planche p. 212. © Casterman



Andy Warhol, *The Velvet Underground & Nico*, album cover © Universal Music Group (D.R.)

En 1966, Warhol veut mettre un terme à sa production de peintre pour se consacrer à la réalisation de films, activité qu'il pratique déjà depuis trois ans. Son cinéma est expérimental et avant-gardiste, proposant un film en temps réel, sans montage, sans action, sans histoire. Ce qu'il retient, ce sont les accidents du film comme les flous, les rayures, la poussière, la texture même de l'image. Le principe de ses films est simple : un modèle pose devant la caméra et se laisse filmer pour la durée standard d'une bobine de 16 mm. Ses acteurs principaux sont des marginaux anonymes qu'il appelle des superstars qui improvisent leur rôle, et qu'il pousse à des extrémités. Son rythme est effréné, tournant parfois un film par semaine. En 1968, gravement blessé à la suite de l'attaque de son ancienne superstar, la féministe radicale Valerie Solanas, il déménage la Factory à Union Square qu'il rebaptise « the Office ». Warhol écarte de son entourage les personnalités les plus radicales et devient de plus en plus mondain.



Typex, *Andy, un conte de faits*, planche p. 328. © Casterman

Hommage à Jean-Marie Derscheid (1955-2020)

Jean-Marie Derscheid, commissaire et initiateur de cette exposition *Warhol by Typex* qu'il a proposée au musée Grand Curtius, n'a pas eu le temps de la voir ouverte au public : il est décédé le 19 novembre 2020, à l'âge de 65 ans.

Au début des années 1980, Jean-Marie Derscheid expose à Bruxelles, dans sa librairie-galerie *Ziggourat* de grands noms de la BD, tels Hugo Pratt, Moebius, Tardi, les Américains Alex Raymond et Milton Caniff, tout en s'enthousiasmant pour les nouveaux auteurs alternatifs de la BD belge, qui sont à l'origine de Frémok, Mycose, L'Employé du moi...

Editeur, mais également scénographe et concepteur d'expositions, son nom est associé aux festivals de bande dessinée d'Aix-en-Provence, Angoulême, Lausanne et à d'autres manifestations à Bruxelles (*Regards croisés de la bande dessinée belge*, avec Didier Pasamonik, en 2009), Berlin, Lucerne, Delémont. On lui doit notamment des expositions consacrées à Art Spiegelman, Alan Moore, Derib, Cosey, Herr Seele, et Typex.

Jean-Marie Derscheid connaissait bien la collection de planches de bandes dessinées du musée des Beaux-Arts de Liège, et suivait avec intérêt la création en Cité ardente d'un pôle de références sur la bande dessinée, aussi bien classique que contemporaine.

À L'AVENIR, CHACUN AURA DROIT À 15 MINUTES DE CÉLÉBRITÉ MONDIALE

Andy Warhol, 1968

Cette phrase de Warhol évoque la célébrité fugace de ceux qui font l'objet de l'attention des mass média, attention qui passe à un autre sujet dès que l'intérêt du public s'affaiblit.

Comme Typex qui imagine un Warhol d'aujourd'hui, en influenceur capturant son image en selfie, offrez-vous 15 minutes de gloire :

*réalisez un selfie dans l'expo

*partagez-le sur vos réseaux sociaux avec la mention #andywaholbytypex
#Grand Curtius



INFO

+32 (0)4 221 68 17
infograndcurtius@liege.be
www.grandcurtius.be