

# TFG

---

## **000: UNA PROPUESTA ARTÍSTICA ACERCA DE LA ICONOLATRÍA EN LA IMAGEN- MEME**

**Presentado por Adrián Beltrán Felipe**

**Tutor: Joël Mestre Froissard**

**Facultat de Belles Arts de Sant Carles**

**Grado en Bellas Artes**

**Curso 2019-2020**



**UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA**



**UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
FACULTAT DE BELLES ARTS DE SANT CARLES**

## RESUMEN

000 es un proyecto que reflexiona sobre el acto creativo inconsciente. El objetivo es el diseño de una propuesta artística a través de la revisión de las imágenes personales y su conceptualización en contextos interdisciplinarios. De este proceso creativo se despeja una hibridación de ideas e interpretaciones acerca de la identidad artística, la experiencia como consumidor y productor de imágenes, la imagen-meme, así como la idolatría y la hipervisualidad en la era digital.

El resultado es un imaginario particular que se inscribe en los límites del apropiacionismo y el arte conceptual. Una nueva producción artística que nace del medio digital para compartirse y consumirse en las redes sociales.

## PALABRAS CLAVE

Imagen, meme, ídolo, acto creativo, apropiacionismo, arte conceptual.

## ABSTRACT

000 is a project that reflects on the unconscious creative act. The aim is the design of an artistic proposal through the revision of my own images and its conceptualisation on interdisciplinary contexts. From this creative process it could be cleared up a hybridisation of ideas and interpretations about the artistic identity, the experience as image consumer and producer, the image-meme, as well as the idolatry and the hypervisuality in the digital era.

The result is a particular imagery that is within the limits of appropriationism and conceptual art. A new artistic production born from the digital medium to be shared and consumed in social networks.

## KEY WORDS

Image, meme, idol, creative act, appropriationism, conceptual art.

*A mis padres y mi familia por el apoyo incondicional, a Joël Mestre por la confianza, a Roser y Lian por estar ahí, a todos y todas las profesoras que creyeron en mí y a todas las personas involucradas en el proyecto. Y a los cafés en la facultad, los echaré de menos.*

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
<b>2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA</b>	<b>6</b>
2.1. Objetivos	6
2.2. Metodología	7
<b>3. MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>8</b>
3.1. Aproximación a la imagen-meme	9
3.1.1. El arte como lenguaje	9
3.1.2. La imagen: una unidad memética	10
3.2. La tragedia clásica. Origen de un proceso reflexivo acerca de la iconolatría	11
3.2.1. El mito trágico y los ídolos	11
3.3. La cultura de Internet: una religión politeísta	13
3.3.1. La imagen deconstruida	13
3.3.2. Los nuevos frisos. La imagen en la era de las redes sociales	14
<b>4. REFERENTES ESTÉTICOS</b>	<b>16</b>
4.1. El apropiacionismo y lo conceptual. Duchamp.	16
4.2. Arte de identidad	17
4.3. La imaginería católica en la cultura pop	18
4.4. <i>Archillect</i>	19
<b>5. OBRA</b>	<b>20</b>
5.1. Definición de un proceso creativo inconsciente	20
5.1.1. <i>Lo que hago es imprimir obras de arte</i>	20
5.1.2. <i>La apropiación digital</i>	23
5.2. Estrategias y conceptualización de la propuesta artística	27
5.2.1. Iconografía	27
5.2.2. Contraimágenes	34
5.3. <i>Things I imagined</i>	36
<b>6. CONCLUSIÓN</b>	<b>40</b>
<b>7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>42</b>
<b>8. ÍNDICE DE FIGURAS</b>	<b>45</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

000 constituye un punto de inflexión acerca del proceso creativo. Un estado cero sobre el que avanzar para responder a ciertas cuestiones sobre la identidad artística: qué y por qué creo. No obstante, esta problemática recae en una de mayor generalidad: la experiencia personal a consumir y producir imágenes sin reconocer el principio de esta conducta.

En el presente trabajo de final de grado se pretende conceptualizar una propuesta artística desde la revisión de un proceso creativo inconsciente y experimental, el cual se asegura en los límites del apropiacionismo y el medio digital. En este sentido, 000 se concibe como un espacio discursivo sobre el cual plantear cuestiones, ideas, referencias y material visual que nos acerquen a las estrategias y recursos empleados en la producción artística. En este contexto, los siguientes capítulos se organizan en tres partes identificables: el grueso teórico (marco conceptual), los referentes estéticos y la obra.

A lo largo de la presente memoria se profundiza en los objetivos que han motivado la ejecución del proyecto, tanto a nivel general como específico, así como en la metodología proyectual seguida. Para ello nos hemos apoyado en una revisión bibliográfica que nos permitiera explorar cuestiones artísticas desde la interdisciplinariedad. A continuación, se han introducido las herramientas y recursos que han posibilitado el desarrollo del proyecto, estructuradas según sean creativas o documentales.

En el capítulo dedicado al marco conceptual se presentan las interpretaciones personales de las distintas referencias que participan en la ideación de la propuesta artística. El proceso de reflexión me ha llevado por tres vías temáticas: la imagen-meme, la tragedia clásica y la iconolatría y las nuevas formas de consumo de la imagen en relación con los dos puntos anteriores. Asimismo, considero oportuno indicar que este trabajo especula y conforma, a partir de textos de distintas disciplinas como continentes de ideas y punto de partida de consideraciones que no pretenden, en ningún caso, ser tomadas como verdades objetivas sino como material discursivo.

A continuación, introduciremos cuáles han sido los referentes a nivel estético en la obra. Las nuevas formas de colectividad visual, las redes sociales e Internet han supuesto el gran *feed* que me ha sugerido el contenido visual y ha servido de punto de partida para crear una

narrativa crítica con la imagen en la cultura visual de masas. En este sentido, estructurar el cuarto capítulo en referentes concretos carecía de utilidad dada la heterogeneidad de las imágenes, precisamente por su procedencia en la red, conviniendo estructurarse por líneas estéticas.

Respecto a la última parte del proyecto, y en relación con la obra que reúne los conceptos anteriores, se termina definiendo los límites de su proceso creativo, estrategias y conceptos que la conforman. A su vez, ilustrados por una selección de imágenes de la producción artística, con un último apartado dedicado al proyecto *Things I Imagined* (2020), como materialización de la propuesta en el plano artístico.

Podemos deducir que, en efecto, la razón de este proyecto es la necesidad de introspección, un examen de consciencia artística y revisión de la obra original.

## 2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

En este apartado se establecen una serie de objetivos que han motivado la ejecución del presente trabajo, distinguidos en objetivos generales o específicos. A continuación, desarrollaremos la metodología aplicada al proyecto.

### 2.1. OBJETIVOS

Objetivos generales:

- Configurar una propuesta artística mediante la revisión del proceso creativo anterior y su inspiración conceptual y estética.
- Concentrar en un mismo trabajo los conocimientos e inquietudes asimiladas durante los estudios en el grado de Bellas Artes, en especial las relacionadas con las distintas tendencias artísticas y los medios de creación digital. Y del mismo modo, participar en un espacio de conocimiento, confiando en que la línea de estudio propuesta sea continuada en el futuro.

Objetivos específicos:

- Abordar la producción artística desde una perspectiva autorreferencial.
- Asimilar las ideas interpretadas subjetivamente de las referencias bibliográficas como material discursivo a intervenir en el plano artístico.
- Proponer una respuesta a la cuestión sobre por qué consumo y produzco imágenes, enfocada desde el arte y apoyada sobre el marco conceptual y los referentes estéticos.

- Crear imágenes que contengan implícitamente las ideas asumidas acerca de la imagen-meme, la iconolatría y la hipervisualidad en la cultura visual de masas.
- Generar obras interdisciplinarias y ambiguas, cercanas a lo irónico y frívolo del meme de Internet, explorando nuevos medios y estéticas.

## 2.2. METODOLOGÍA

La metodología en este proyecto se divide, por un lado, en el proceso creativo y, por otro lado, en el desarrollo de la memoria. Así, el proceso creativo se reserva para el apartado dedicado a la obra, concentrándose este capítulo a la metodología del proyecto en sí.

La idea original del trabajo de final de grado nace de una necesidad de entender el proceso creativo propio y las obras resultantes. Así, el proyecto supone un punto de inflexión acerca de la identidad de las propias imágenes. La singularidad del proceso reside en el orden atípico de las acciones, empezando por la producción artística experimental, la revisión bibliográfica y de referencias estéticas y, por último, su conceptualización en una propuesta artística. En este sentido, el desarrollo del proyecto se ha llevado a término siguiendo un pensamiento inductivo, es decir, no se pretende llegar a concluir de forma contundente las cuestiones, sino plantearlas como material discursivo sobre el que intervenir desde la producción artística.

El origen de las inquietudes artísticas coincide con la primera lectura de *El origen de la tragedia*, de Friedrich Nietzsche, un año antes de inaugurar la etapa universitaria. En el paso por Bellas Artes asenté los conocimientos sobre las tendencias artísticas y sus discursos, a lo que siguen los conocimientos y la exploración del medio de creación, especialmente el digital. Este periodo de experimentación formal que empieza con el dibujo y la pintura termina con los distintos procesos gráficos digitales, el libro de artista, el diseño gráfico y el video experimental.

Las herramientas metodológicas usadas en este proceso reflexivo se ordenan en creativas o documentales. El método creativo reúne bocetos, libretas de notas, textos de artista, pruebas técnicas, el espacio 'Guardados' de Instagram (que asume el papel de *moodboard*), mapas conceptuales y, en definitiva, todo aquello que ha servido de registro y de ayuda en la definición de la propuesta artística particular. Por otra parte, el método documental se basa en la búsqueda de referencias tanto estéticas como bibliográficas que han influido inconscientemente en el proceso creativo, condicionando la producción artística hacia prácticas apropiacionistas y conceptuales.

La metodología seguida en el marco conceptual sucede de forma inercial y por enlace de ideas. Así, de la idea nietzscheana acerca del origen de la imagen olímpica se siguió el interés por el fenómeno ‘meme de Internet’, la imagen y el arte como lenguaje, la deconstrucción de la imagen y hasta la hipervisualidad en la era de las redes sociales e Internet. Respecto a la ampliación de las fuentes, plataformas como Google Académico, RiuNet UPV e Internet en general facilitaron el acceso gratuito a artículos, tesis, conferencias, proyectos académicos e información de interés para el proyecto.

Por último, la definición del proceso creativo concluye el propósito del proyecto en la ideación de una nueva propuesta artística, recogida en esta memoria. Asimismo, se muestra una selección de imágenes con el propósito de ilustrar algunos conceptos. Y, de igual manera, se presenta una parte de la producción artística, estructurada a lo largo de la memoria para ampliar visualmente los conocimientos acerca del proyecto.

### 3. MARCO CONCEPTUAL

A lo largo de las siguientes páginas se presenta una selección de obras y referentes interdisciplinares escogidos con la intención de proponer conclusiones a cuestiones artísticas desde distintas perspectivas. Autores como Yuri M. Lotman, Richard Dawkins, Juan Martín Prada, Walter Benjamin o Friedrich Nietzsche trataron en sus textos temas acerca de la imagen que inspiraron la propuesta artística personal. En este capítulo se presentan las tres líneas conceptuales sobre las que se fundamenta la propuesta artística. En primer lugar, desde la perspectiva lingüística de la imagen y del proceso creativo, en un acercamiento a la obra de arte conceptual y a las prácticas apropiacionistas en la imagen y el meme. En segundo lugar, se exponen las interpretaciones acerca de la obra de Nietzsche, *El origen de la tragedia*, en relación con la propia experiencia con las imágenes en el medio digital. En último lugar, se extiende la idea acerca de la iconolatría como principio del consumo de imágenes en la cultura visual de masas, con el propósito de plantear la condición de la imagen en los medios digitales y dar sentido a la apropiación en el proyecto.

### 3.1. APROXIMACIÓN A LA IMAGEN-MEME

#### 3.1.1. El arte como lenguaje

*“Al definir el arte como lenguaje, expresamos con ello unos juicios determinados acerca de su organización. Todo lenguaje utiliza unos signos que constituyen su «vocabulario»<sup>1</sup>”.*

Yuri M. Lotman en *Estructura del texto artístico* refiere el arte como lenguaje secundario de comunicación, es decir, *que se sirve de la lengua como material*<sup>2</sup>. Pensar el arte como lenguaje conlleva pensar la obra de arte en calidad de texto, algo que decido asumir en el proceso creativo, inspirándome a su vez en el arte conceptual. Esta aproximación lingüística de la imagen nace de un proceso reflexivo sobre el consumo y la producción de imágenes y termina en una propuesta en la que la imagen habla de sí misma (autorreferencialidad).

Lo cierto, es que ver el arte con la óptica del lingüista nos acerca a grados de conocimiento no solo del arte en sí sino del acto artístico. L.N. Tolstoi, citado por Lotman, expone el fenómeno de concatenación de ideas que se da en la consciencia lingüística y que asimilo en el proceso creativo inconsciente, extendiendo el concepto a la consciencia artística.

*“En todo, en casi todo lo que yo he escrito, me ha guiado la necesidad de recoger las ideas encadenadas entre sí para expresarme; pero todo pensamiento expresado en palabras de un modo particular pierde su sentido, se degrada terriblemente si se toma aislado, fuera de la concatenación en que se encuentra.”<sup>3</sup>*

Asociemos ahora estas ideas con la obra artística que nos compete, aún en un primer contacto, para plantear que las imágenes en este proyecto se configuran como estructuras complejas, donde *todos sus elementos* (mensaje y lenguaje) *son elementos de significado*<sup>4</sup>. Y, por otro lado, el proceso creativo se desarrolla por la concatenación de ideas de forma inercial e intuitiva. *La idea es inconcebible al margen de la estructura artística*<sup>5</sup>.



(Fig. 1) Joseph Kosuth. *One and three chairs* [Una y tres sillas], 1965. Instalación formada por una silla de madera, la fotografía de la silla y ampliación fotográfica de la definición de la voz «silla» en el diccionario.

<sup>1</sup> LOTMAN, Y.M. (1982). *Estructura del texto artístico*, p. 18.

<sup>2</sup> *Ibíd.*, p.20.

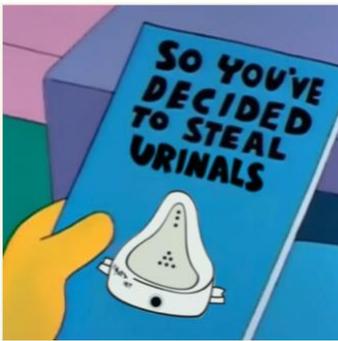
<sup>3</sup> TOLSTOI, L.N. *Polnoke sobranije socinenij v 90 tomach* [Obras completas en 90 tomos]. En *Ibíd.*, p. 22.

<sup>4</sup> *Ibíd.*, p. 32.

<sup>5</sup> *Ibíd.*, p. 23.



(Fig. 2) Marcel Duchamp. *Fountain* [Fuente], 1917. Urinario.



(Fig. 3) Adrián Beltrán. *So you've decided to steal urinals* (meme) [Así que has decidido robar uriniales], 2020. Imagen digital.

### 3.1.2. La imagen: unidad memética

*Es falso que las ideas se repitan. Toda idea es nueva, puesto que lo nuevo la rodea y le da forma*<sup>6</sup>. Sobre esta cita de A. Bolk en *Estructura del texto artístico* pensé en el meme de Internet y en la propia obra como una imagen (estructura) vaciada de su idea original y resignificada. ¿No pensaba precisamente en esto Duchamp cuando presentó *La fuente* a la Society of Independent Artists en 1917? ¿Es el arte un meme? ¿Qué es realmente el meme? ¿Una imagen?

El término 'meme' fue acuñado por el biólogo evolutista Richard Dawkins en su libro, *El gen egoísta* (1976). El concepto hace referencia a una *unidad de transmisión cultural, o una unidad de imitación*<sup>7</sup> sujeta a un tipo de evolución análogo a la genética<sup>8</sup>. Además, y en relación con el cuestionamiento de la idea original en el arte, *los mimes son transmitidos de una forma alterada. [...] Parece como si la transmisión de los memes se vea sometida a una mutación constante, y también a una fusión*<sup>9</sup>.

Esta afirmación es notable si tenemos en cuenta que la mutación incide sobre el éxito de un gen o meme en su acervo particular. Dawkins continua la analogía coincidiendo el *valor de supervivencia entre los mimes* y los genes: longevidad, fecundidad y fidelidad de copia<sup>10</sup> (o mutación).

A menudo se confunde la palabra 'meme' con 'meme de Internet'. Limor Shifman, citada en *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet* de Juan Martín Prada, define *meme* como *unidades de cultura popular que se hacen circular, imitadas y transformadas por usuarios de Internet, creando una experiencia cultural compartida en el proceso*<sup>11</sup>. Por su lado, Prada señala la cualidad comunicativa, el carácter viral y el afán irónico del objeto 'meme' (*imágenes fijas, videos o GIF reconocidos globalmente*)<sup>12</sup>.

La razón de este subepígrafe es participar en la ideación de un discurso que dé sentido al acto de apropiación y una respuesta al consumo y la producción personal de imágenes. En efecto, el cuestionamiento del proceso creativo se sigue de una reflexión sobre la identidad artística; es la intencionalidad de cuestionarse y crear 'memes'

<sup>6</sup> *Ibíd.*, p. 20.

<sup>7</sup> DAWKINS, R. (1985). *El gen egoísta*, p. 285.

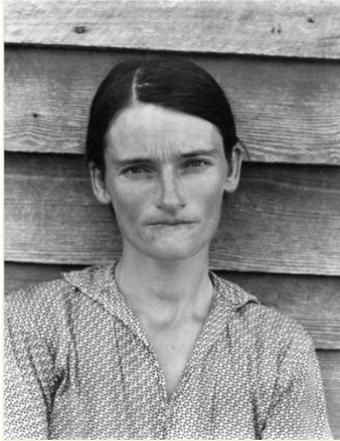
<sup>8</sup> "La transmisión cultural es análoga a la transmisión genética en cuanto [...] puede dar origen a una forma de evolución." En *Ibíd.*, p. 281.

<sup>9</sup> *Ibíd.*, p. 289.

<sup>10</sup> *Ibíd.*, p. 288.

<sup>11</sup> SHIFMAN, L. "Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker". En: PRADA, J.M. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*, p. 117-118.

<sup>12</sup> PRADA, J.M. (2018). *Op. Cit.*, p. 118.



(Fig. 4) Sherrie Levine. *After Walker Evans*, 1981. Impresión en gelatina de plata, 25.4 × 20.3 cm.

que contengan estas ideas. En relación con el apropiacionismo en los memes de Internet, las imágenes son susceptibles a la hibridación, resignificación, vaciado; actúan como estructuras mutantes continentales de ideas. *Toda idea es nueva*<sup>13</sup>. Cuando Sherrie Levine se apropió de la fotografía de Walker Evans evidenciaba la naturaleza objetual de la imagen, pura estructura sobre la que verter nuevos significados. ¿No funciona así la imagen en la nueva cultura visual de masas?

### 3.2. LA TRAGEDIA CLÁSICA. ORIGEN DE UN PROCESO REFLEXIVO ACERCA DE LA ICONOLATRÍA

Escribía Vasili Kandinsky en *De lo espiritual en el arte* que *no podemos en absoluto sentir y vivir interiormente como los antiguos griegos*<sup>14</sup>, pero quizá podamos inspirarnos en sus mitos, en el mito trágico, como un origen reflexivo acerca del consumo de imágenes. *El origen de la tragedia, opera prima* de Friedrich Nietzsche (1844 – 1900) es el referente de las interpretaciones subjetivas que se presentan a continuación. El fin de estas ideas es ser intervenidas en el plano creativo como material discursivo.

El interés en la obra reside en las conclusiones que propone el autor sobre la necesidad que los griegos experimentaron de proyectarse en las imágenes olímpicas para evadir el pesimismo existencial. La idea del capítulo es asimilar conclusiones personales sobre este fenómeno en el nuevo contexto de la imagen, dando sentido a la iconolatría que experimenta la cultura visual de masas en la actualidad. Y, de esta manera, construir un discurso que participe en la propuesta artística actual.

#### 3.2.1. El mito trágico

*“Según la antigua leyenda, el rey Midas persiguió durante largo tiempo en el bosque, sin poder alcanzarle, al viejo Sileno, compañero de Dionisio. Cuando al fin logró apoderarse de él, el rey le preguntó qué cosa debía el hombre preferir a toda otra y estimar por encima de todas. Inmóvil y obstinado, el demonio permanecía mudo, hasta que, por fin, obligado por su vencedor, se echó a reír y pronunció estas palabras: Raza efímera y miserable, hija del azar y del dolor, ¿por qué me fuerzas a revelarte lo que más te valiera no conocer? Lo que debes preferir a todo es, para ti, lo imposible: es no haber nacido, no ser, ser la nada. Pero después de esto, lo mejor que puedes desear es...morir pronto.”*<sup>15</sup>

<sup>13</sup> BLOK, A. “Zapisnje knizki” [Cuadernos de notas] en LOTMAN, Y.M. (1982). *Op. Cit.*, p. 20.

<sup>14</sup> KANDINSKY, V (2011). *De lo espiritual en el arte*.

<sup>15</sup> NIETZSCHE, F. (2013). *El origen de la tragedia*, p. 58.



(Fig. 5) @Derribosyconstrucciones (Instagram). *Rock Lee vs Gaara* (meme), 21 de agosto de 2020.

La inclinación de los griegos al pesimismo y el dolor se introduce en *El origen de la tragedia* como un *síntoma de degeneración*<sup>16</sup>. El delirio y la razón, el pesimismo y el optimismo, el arte y la ciencia, la naturaleza y la moral, Nietzsche recurre a lo largo de su obra a esta dualidad de conceptos para trasladar al lector a la tragedia griega.

*“¿Qué necesidad inusitada, qué imprescindible necesidad engendró este mundo luminoso de las criaturas olímpicas?”*<sup>17</sup>

*“El griego conoció y experimentó las angustias y los horrores de la existencia: para poder vivir, tuvo necesidad de la evocación protectora y deslumbrante del ensueño olímpico. [...] Ese mismo instinto que da la vida al arte como complemento y terminación de la existencia, dio también nacimiento al mundo olímpico. [...] De este modo los dioses, viviéndola ellos mismos, justificaban la vida humana.”*<sup>18</sup>

En una aproximación a lo que este fragmento significaba asimilé la idea de que el consumo de imágenes es un estado natural de protección contra el vacío existencialista e identifiqué esta condición en la experiencia personal con las imágenes, principalmente en el medio digital. De esta reflexión terminé cuestionándome lo siguiente, ‘¿es este el principio de la iconolatría?’.

El ensueño olímpico referido en el texto es junto con la embriaguez dionisiaca los principios naturales que conciben el arte trágico. Nietzsche ilustra el concepto de ensueño apolíneo citando a Schopenhauer y al *hombre envuelto con el velo de Maya*:

*“[...] El hombre individual, en medio de un mundo de dolores, permanece impasible y sereno, apoyado con confianza en el principium individuationis”*<sup>19</sup>.

Este principio de individuación es según Nietzsche la exaltación máxima de la subjetividad y la serenidad en cuanto se reconoce estar ante una apariencia, pero ¿qué ocurre si se disuelve este velo, si lo aparente y lo real se percibiera de la misma forma? Entonces experimentaríamos el delirio dionisiaco y percibiríamos las imágenes como una realidad objetiva<sup>20</sup>. Aparece ahora la figura del artista ingenuo, concebido en el texto como el *verdadero artista* objetivo en

<sup>16</sup> *Ibíd.*, p. 37.

<sup>17</sup> *Ibíd.*, p. 57.

<sup>18</sup> *Ibíd.*, p. 58-59.

<sup>19</sup> SCHOPENHAUER, “El mundo como voluntad y representación I” en *Ibíd.*, p. 51.

<sup>20</sup> NIETZSCHE, F. (2013). *Op. Cit.*, p. 51.



(Fig. 6) René Magritte. *La trahison des images (Ceci n'est pas un pipe)* [La traición de las imágenes (Esto no es una pipa)], 1929. Oleo, 63 x 93 cm.



(Fig. 7) Captura de pantalla de la proyección en realidad aumentada de *La Gioconda* de Da Vinci, usando 'Art Projector' de Google Arts & Culture, 2020.

tanto que se absorba en la contemplación de las apariencias, perdiendo su individuación, como si se hubiera desgarrado el velo de Maya y sus pedazos revoloteasen ante la misteriosa Unidad Primordial<sup>21</sup>.

Sobre esta interpretación de las palabras del autor planteé la siguiente cuestión en el contexto del discurso artístico: idolatrar las imágenes, ¿es este el fenómeno de la colectividad visual en las redes?

En el año 2000, la gran demanda de usuarios de Internet por contemplar la imagen de Jennifer López vestida de Versace en la gala de los premios Grammy impulsó la creación de Google Imágenes. Inevitablemente asocié este fenómeno con la necesidad natural de erigir templos para la contemplación y culto de las imágenes olímpicas (nótese lo poético en construir un templo digital a un vestido diseñado por el rostro de Medusa).

### 3.3. LA CULTURA DE INTERNET: UNA RELIGIÓN POLITEÍSTA

*La cultura de Internet: una religión politeísta* es el modo de plantear el contexto cultural en el que se inscribe el proyecto, extendiendo la relación entre el ídolo y la imagen de Internet en una analogía. La idea de este capítulo es apoyarnos en cómo el arte y la sociedad han evolucionado hacia prácticas apropiacionistas, subrayando la implicación de Internet y las redes sociales en la deconstrucción de la imagen para definir el discurso artístico.

#### 3.3.1. La imagen deconstruida

La descontextualización y la deconstrucción de la imagen en la cultura visual de masas nos interesa en tanto que anticipa el arte de apropiación y refiere a las nuevas formas de frivolidad en la red. En este proyecto las imágenes proceden de esta experiencia de la imagen en Internet, pero se conciben como estructuras significantes y no solo para percibirse como simple efecto visual. Una de las inspiraciones en esta forma de entender la imagen es la pintura de René Magritte, *La traición de las imágenes*.

Si uno no ha ido a la Preston Harris Collection en Los Ángeles, lo más probable es que conozca *La traición de las imágenes* (R. Magritte, 1929) por su versión fotografiada. Esto es a lo que Walter Benjamin consideraba como la pérdida del 'aura', planteada en su libro *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*.

Benjamin afirma sobre este fenómeno que *todo lo propio de la autenticidad no puede ser reproducido, ya sea tecnológicamente o de*

<sup>21</sup> *Íbid.*, p. 52.



(Fig. 8) @Chriscoatham (Instagram). Bye (meme), 04 de mayo de 2019. Representación gráfica del papel de la generación Millennial en el art.



(Fig. 9) Friso de la Gigantomaquia en el Altar de Zeus en Pérgamo, Friso oriental: Atenea y Gea, s. II a.C. Museo de Pérgamo, Berlín, Alemania.

*otro modo*<sup>22</sup>. ¿Qué nos infiere esto? En primer lugar, que con la reproducción se suprime un elemento de significado propio de la imagen original, la experiencia en un contexto original, su *aura*. En segundo lugar, la necesidad de consumo latente en la sociedad, *la necesidad imperiosa de apoderarse del objeto todo lo cerca que se pueda, a través de su imagen, de su reflejo o, mejor dicho, de su imagen reproducida*<sup>23</sup>.

Ana Rosas Mantecón, en *Del público al prosumidor: nuevos retos para los estudios de consumo cultural*, nos presenta una nueva figura en el panorama cultural actual, el *prosumidor*.

*“El rol de público como destinatario de una oferta cultural coexiste en la actualidad con otra modalidad del rol. De la vinculación con las Nuevas Tecnologías de la Comunicación ha emergido un consumidor distinto —difícilmente concebible sólo como público— que interactúa con ellas de una manera totalmente novedosa, como usuario y como productor o emisor cultural, categorizado como «prosumidor»”*<sup>24</sup>.

Sobre la figura del prosumidor, consumidor y productor a la vez, podemos entender también la del creador apropiacionista. Este nuevo personaje en la escena nace con la imagen vaciada, no entiende el mundo sino como hibridación y de ello resulta una cultura global que venera un nuevo tipo de ídolo. ¿A qué le reza el millennial medio? Al meme de Internet.

### 3.3.2. Los nuevos frisos: la imagen en la era de las redes sociales

La disposición vertical de la imagen en nuestros *smartphones* recuerda a los frisos del templo griego como un espacio de visualización de imágenes. Sin embargo, los frisos clásicos son experiencia visual y simultáneamente, remiten a un mito que hay que interpretar. Esta cualidad lingüística de la imagen como algo que hay que leer, ¿sigue siendo así en la era de las redes sociales?

Juan Martín Prada en *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet* expone el problema de fondo en el que está sumergida la sociedad contemporánea, *enferma de tiempo*<sup>25</sup>. Esta *sociedad de la exposición*<sup>26</sup>, marcada por la hipervisualidad y la *inflación visual*<sup>27</sup> a la que se refería

<sup>22</sup> BENJAMIN, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, p. 14.

<sup>23</sup> *Ibid.*, p. 19.

<sup>24</sup> A. R. MANTECÓN. (2013). “Del público al prosumidor: nuevos retos para los estudios de consumo cultural”. En: En: VVAA, *Estéticas del Media Art*, p. 30.

<sup>25</sup> PRADA, J.M. (2018). *Op. Cit.*, p. 26.

<sup>26</sup> *Ibid.*, p. 27.

<sup>27</sup> DUROZOI, G. (1997). *Diccionario Akal de arte del siglo XX*, p. 556.



(Fig. 10) Rob McKeever. Vista de la exposición de Richard Prince en el 976 Madison Avenue, Nueva York, 19 de septiembre al 24 de octubre de 2014.



(Fig. 11) Publicación de Kim Kardashian en Instagram, 19 de octubre de 2018. Imagen: *Mary Magdalene receives The Holy Spirit*, David LaChapelle, 2019.

James Rosenquist, busca la inmediatez sobre la recepción. *Caducidad perceptiva, desactualización de la visión, son rasgos que se presentan definitorios de la nueva sociedad digital.*<sup>28</sup> En este sentido, Prada sugiere una transformación estructural desde el arte en lo que a imagen se refiere, ahora que la imagen no es algo representacional (imago) sino *puro efecto visual*<sup>29</sup>. Reclama así un arte reaccionario con el estado de inmediatez y obviedad en el que la sociedad esta imbuida, una *producción de contraimágenes*<sup>30</sup>. En definitiva, propone la resistencia de las imágenes como objetos que hay que interpretar, *manifestaciones creativas en las que lo visual se situaría en contra del establecimiento de una relación de mera instantaneidad, de una reflexiva coincidencia con las imágenes del mundo-como-mercancía*<sup>31</sup>.

Los nuevos frisos, el *feed* de Instagram donde *casi todo es en las redes parataxis, todas las cosas son presentadas al mismo nivel*<sup>32</sup>. Nuevas formas de ansiedad que recuerdan al principio del ensueño olímpico: proyectarse sobre imágenes y sobre personajes idealizados (ídolos). *Un tiempo probablemente caracterizado por una presencia excesiva de la imagen, en el que es fácil dejarse someter, adorándolas, [...] objetivando su valor con cientos de miles de likes*<sup>33</sup>.

En conclusión, las imágenes que produzco pretenden ser consumidas como efecto visual y como estructura de significados. Jugar con los conceptos, apropiarme de imágenes, trabajar en el medio digital, exponerme en las redes, hacer memes de culto, frivolar, son recursos habituales en el proceso creativo. A continuación, presentaré los referentes artísticos que trabajan sobre esta línea estética, donde la alta y la baja cultura se difuminan para crear imágenes de resistencia que, a su vez, cuestionan su propia naturaleza. Quedémonos con esta cita de Jorge Carrión, en el artículo *Política y estética del meme* publicado en The New York Times, *“¿Puede ser arte una forma que, por su propia anatomía, no puede aspirar a la excelencia, que solamente pretende ser comunicación y contagio? Supongo que sí, si lo es un urinario desde hace ya un siglo”*<sup>34</sup>.

<sup>28</sup> PRADA, J.M. (2018). *Op. Cit.*, p. 27.

<sup>29</sup> *Íbid.*, p. 14.

<sup>30</sup> *Íbid.*, p. 25.

<sup>31</sup> *Íbid.*, p. 32.

<sup>32</sup> *Íbid.*, p. 8.

<sup>33</sup> *Íbid.*, p. 39.

<sup>34</sup> CARRIÓN, J. (2020). *Política y estética del meme* en The New York Times.

## 4. REFERENTES ESTÉTICOS



(Fig. 12) Marcel Duchamp. *L.H.O.O.Q.*, 1919. *Ready-made*. Lápiz sobre una reproducción de *La Gioconda* de Leonardo Da Vinci, 19 x 12 cm.

En el siguiente capítulo se exponen las referencias a nivel estético que han participado en la propuesta artística. Cabe destacar que los siguientes subepígrafes constituyen una selección incompleta de la totalidad de referencias. En realidad, su origen es la iconosfera global de los nuevos medios de comunicación: Internet y las redes sociales. Con todo, presentaremos aquellas que más han influido en la ideación de las propias imágenes. En primer lugar, el arte conceptual y de apropiación desde Duchamp, seguido de la identidad como tema artístico en Pilar Albarracín y María Cañas; en tercer lugar, la imaginería católica en la cultura pop y, por último, *Archillect*, un nuevo formato de difusión estética en la red.

### 4.1. EL APROPIACIONISMO Y LO CONCEPTUAL. DUCHAMP

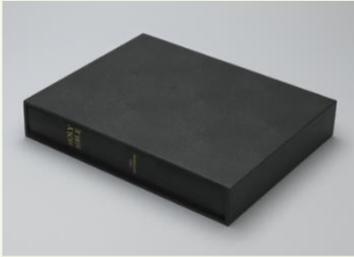
Marcel Duchamp (Francia, 1887 – 1968) fue dadaísta y precursor del arte conceptual y de apropiación. Durante los estudios artísticos surgió la admiración por las vanguardias históricas, especialmente por Dadá, el *collage* cubista y en general, el arte autorreferencial.

El *ready-made* es el precedente objetual a la apropiación de imágenes en el proceso creativo. Con *L.H.O.O.Q.* (1919) Duchamp evidenciaba la imagen como unidad de significado mutante, susceptible de ser frivolidada en un acto de apropiación y resignificación. Este recurso se incorpora al proyecto en una especie de *image-trouvé* (imagen encontrada) digital, inspirado por el apropiacionismo y el arte conceptual, como epítome estético de las reflexiones sobre la naturaleza del arte.

*“Con el “ready-made no asistido”, el arte cambió su enfoque, pasando de la forma del lenguaje hacia un planteamiento sobre lo que se estaba diciendo. Lo cual quiere decir que cambió la naturaleza del arte, pasó de un cuestionamiento morfológico a un cuestionamiento de función.”<sup>35</sup>*

Las obras de Duchamp contienen implícitamente una actitud crítica conforme a las imágenes y el arte, y en un sentido estético, la reducción a lo conceptual de un objeto (o imagen). Además, con el *ready-made*, resolvió estéticamente la idea de que es el espectador el que termina la obra de arte con su interpretación. Según esto, la experiencia esencialmente artística (el acto creativo) concluye *cuando el espectador*

<sup>35</sup> KOSUTH, J. (1969). *Art after philosophy*.



(Fig. 13) David Hammons. *Holy Bible: Old Testament*, 2002. Libro de artista (reedición de la obra Arturo Schwartz, *The Complete Works of Marcel Duchamp*, 1997), 33 × 26 × 5 cm.

*experimenta el fenómeno de transmutación [...], su papel es determinar el peso de la obra en la balanza estética.*<sup>36</sup>

Por último, la figura de Duchamp se ha deificado en el panorama artístico hasta el punto de reeditarse un libro con sus obras a modo de biblia, como en la obra de David Hammons, *Holy Bible: Old Testament* (2002). Lo cierto, es que Duchamp abrió un camino de experimentación conceptual que ha inspirado a la propia producción artística para cuestionarse a sí misma y para entender que la originalidad es algo aparente.

## 4.2. ARTE DE IDENTIDAD

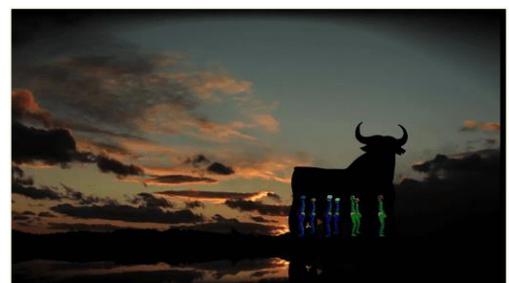
*"Precisamente, por convivir con toda esta iconografía "made in Spain" [...], realmente, tengo una necesidad de desmontar todos los mitos, los símbolos, que sustentan, aparentemente, esta identidad nacional. [...] Y un poco lo que hago es matar a los ídolos, matar al padre."*<sup>37</sup>

La artista María Cañas (Sevilla, 1972) expresaba así, en un programa monográfico dedicado a su obra audiovisual, su vocación a controvertir los símbolos identitarios de la cultura española. Este proceso creativo recuerda también a la obra de Pilar Albarracín, artista sevillana nacida en 1968. Ambas explotan la iconografía popular española desde el humor y la ironía, desentrañando la naturaleza de los ídolos desde una postura crítica.

En el presente proyecto, la idea es profundizar en cómo los símbolos inciden en la identidad, como un examen de conciencia visual. Sin embargo, la cuestión identitaria a la española es secundaria, así este proceso puede trasladarse a todos los ídolos de la cultura globalizada en la que me inscribo como ciudadano de Internet.

(Fig. 14) Pilar Albarracín. *Viva España*, 2004. Performance (fotograma del registro fílmico)

(Fig. 15) María Cañas. *La cosa nuestra*, 2006. Film (fotograma) 15 min.



<sup>36</sup> DUCHAMP, M. (2010). *Cartas sobre el arte: 1916-1956*, p. 66.

<sup>37</sup> METROPOLIS. *Metropolis – María Cañas* [programa TV]

### 4.3. LA IMAGINERÍA CATÓLICA EN LA CULTURA POP



(Fig. 16) Saint Hoax. *Like a virgin*, 2016. Óleo sobre tela, 100 x 83 cm.

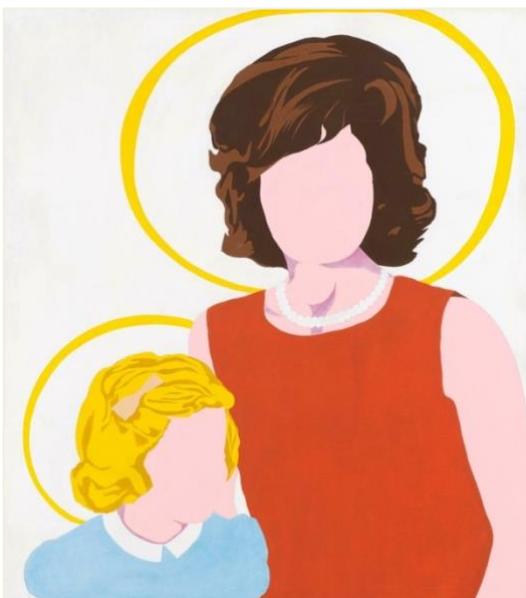
(Fig. 17) Allan D'Arcangelo. *Madonna and child*, 1963. Pintura acrílica sobre tela, 174 x 152,7 cm.

(Fig. 18) Fotograma de *Neon Genesis Evangelion* (Ep. 23, Rei III). Fecha de emisión: 6 de marzo de 1996.

Anualmente, el Museo Metropolitano de Nueva York y la revista VOGUE organizan una gala dedicada a la alta costura y al desfile de las *celebrities* del momento, sujetas a un código de etiqueta sobre un tema concreto. El tema de la MET Gala de 2018 fue *Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination* [Cuerpos celestiales: Moda y la Imaginería Católica]. Las imágenes de la alfombra roja pronto inundaron las redes, asegurándose uno de los eventos más mediatizados del año y una experiencia colectiva a través de las redes. En efecto, este fenómeno asentó la idea de la superación del culto convencional hacia los ídolos de Internet y sirvió de referencia para la apropiación del imaginario católico.

Reuniendo las referencias donde la cultura pop hacía uso de este simbolismo caí en la idea de que la descontextualización de una imagen de culto conlleva la pérdida de su efectismo en favor de su valor comunicativo. En *Madonna and child*, de Allan D'Arcangelo, la aureola se resigna a ser símbolo de un significado desgastado y banalizado. Lo cierto es, que la apropiación del imaginario católico no es un acto reciente ni de corto alcance. *Neon Genesis Evangelion*, una serie anime japonesa emitida en 1995, centra su argumento en la guerra entre ángeles descendientes de Adán y pseudorobots que descienden de Lilith, en un intento de detener el apocalipsis. También podemos mencionar las referencias al catolicismo en la cinematografía de Pedro Almodóvar o en la obra pictórica de SaintHoax.

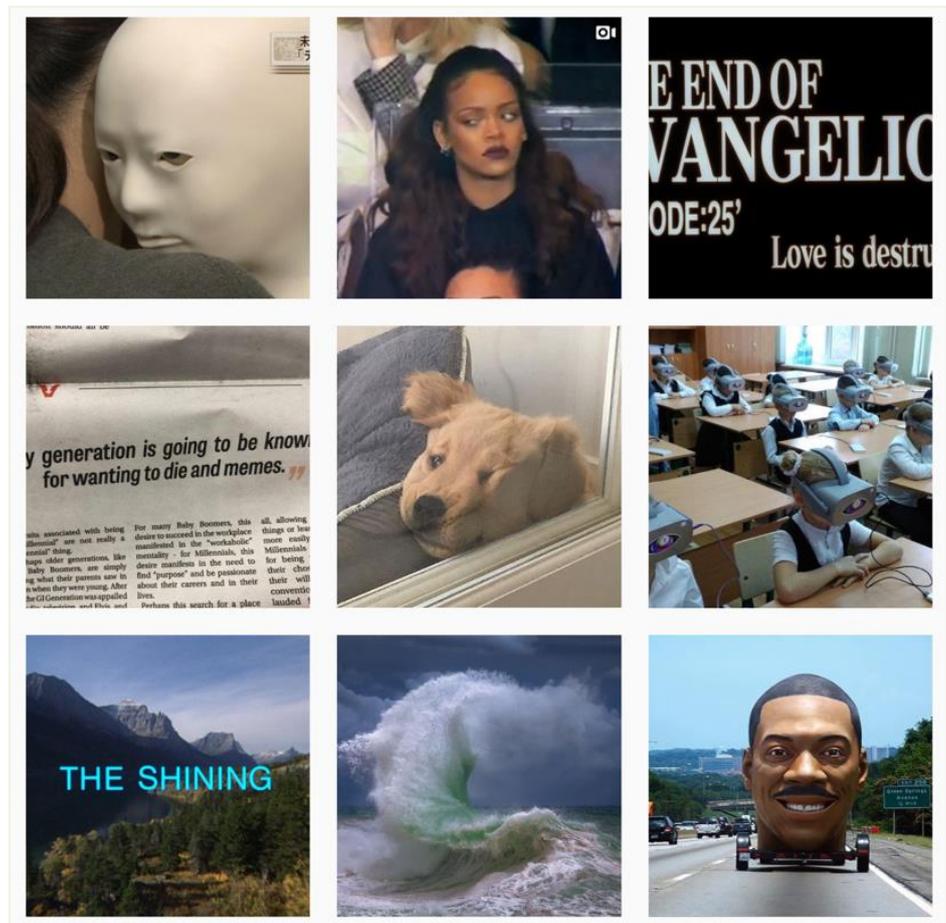
En definitiva, sería inviable numerar todas las referencias que verdaderamente han influido en la configuración de las imágenes en este proyecto, siendo conscientes de la hipervisualidad de la que participan y su procedencia en las redes e Internet.



#### 4.4. ARCHILLECT

El eclecticismo de las imágenes que figuran en el trabajo se entiende en el marco de la experimentación y su procedencia en el *multiverso* estético de Internet. Las redes sociales alojan contenedores de imágenes que perpetúan la experiencia de la imagen como efecto visual y puro placer estético. Son imágenes y videos cercanos al diseño de moda, al cine, a lo inquietante y lo ambiguo, con alusiones a la historia del arte y con un trasfondo esencialmente apático y visual. *Archillect* es el modelo ideal de esta iconosfera y se define como una IA (Inteligencia Artificial) *creada para descubrir y compartir contenido visual estimulante*.

Las imágenes que figuran en el proyecto, precisamente por su procedencia en las redes, buscan reproducir esta estética de lo ambiguo o lo *edgy*<sup>38</sup>, a propósito de explorar el medio que implícitamente cuestionan.



(Fig. 19) Captura de pantalla del espacio personal 'Guardados' en Instagram con una selección de imágenes de @Archillect, 2020.

<sup>38</sup> La página web *UrbanDictionary* define 'edgy' como algo o alguien que se esfuerza demasiado por ser genial, casi hasta el punto de ser embarazoso.

## 5. OBRA

En este capítulo se pretende definir los límites del proceso creativo, estrategias y conceptos que conforman la propuesta artística, revisando las ideas expuestas en el marco conceptual y en el apartado de referentes desde la propia producción. En efecto, a lo largo de las siguientes páginas se muestra una selección de imágenes personales con la intención de acercarnos a la obra y ampliar las ideas expuestas.

En cuanto a la estructura, el capítulo se organiza según el proceso creativo inconsciente, las estrategias y conceptualización final de la propuesta artística y, por último, la materialización de esta propuesta en un proyecto de videoarte.

En la primera parte, se define el proceso creativo inconsciente referido en la memoria. A su vez, este subcapítulo se divide, según el medio utilizado, en *Lo que hago es imprimir obras de arte* y la apropiación digital. En primer lugar, se define el proceso creativo inicial asumiendo su condición apropiacionista y conceptual, y dando sentido la metodología inconsciente. En segundo lugar, se muestra la evolución del proceso hacia práctica digitales donde la imagen vaciada en la cultura visual de masas juega un gran papel.

La segunda parte está dedicada a las estrategias empleadas en la producción artística de esta nueva propuesta y se clasifican en: iconografía o contraimágenes. En el primer punto se justifica la iconografía presente en la obra desde la imagen en la cultura visual de masas y la iconolatría. El segundo punto lo ocupa el concepto de contraimagen, presentado por Juan Martín Prada, y las estrategias que se siguen de este modo de concebir la producción artística.

Por último, se presenta la obra de videoarte *Things I imagined* (2020) como el resultado de la propuesta que se origina en este proyecto. En este apartado las ideas inferidas en la memoria toman forma en el plano artístico, concluyendo así el proyecto.

### 5.1. DEFINICIÓN DE UN PROCESO CREATIVO INCONSCIENTE

#### 5.1.1. *Lo que hago es imprimir obras de arte*

Inicialmente, el proceso creativo nació copiando originales de otros artistas, como una intención de conocimiento y de acercamiento a las imágenes. Entonces, no era consciente de la metodología seguida ni de el propósito de apropiarme de imágenes ajenas, pero sí de qué tenían en común: todas procedían de la propia experiencia con las redes sociales e Internet y contenían un fuerte valor cultural.

*La fotografía es una manera de «adquirir posesión simbólica o imaginaria sobre la realidad», un instrumento, pues, de poder y, en un último término, de «protección contra la ansiedad».*<sup>39</sup>

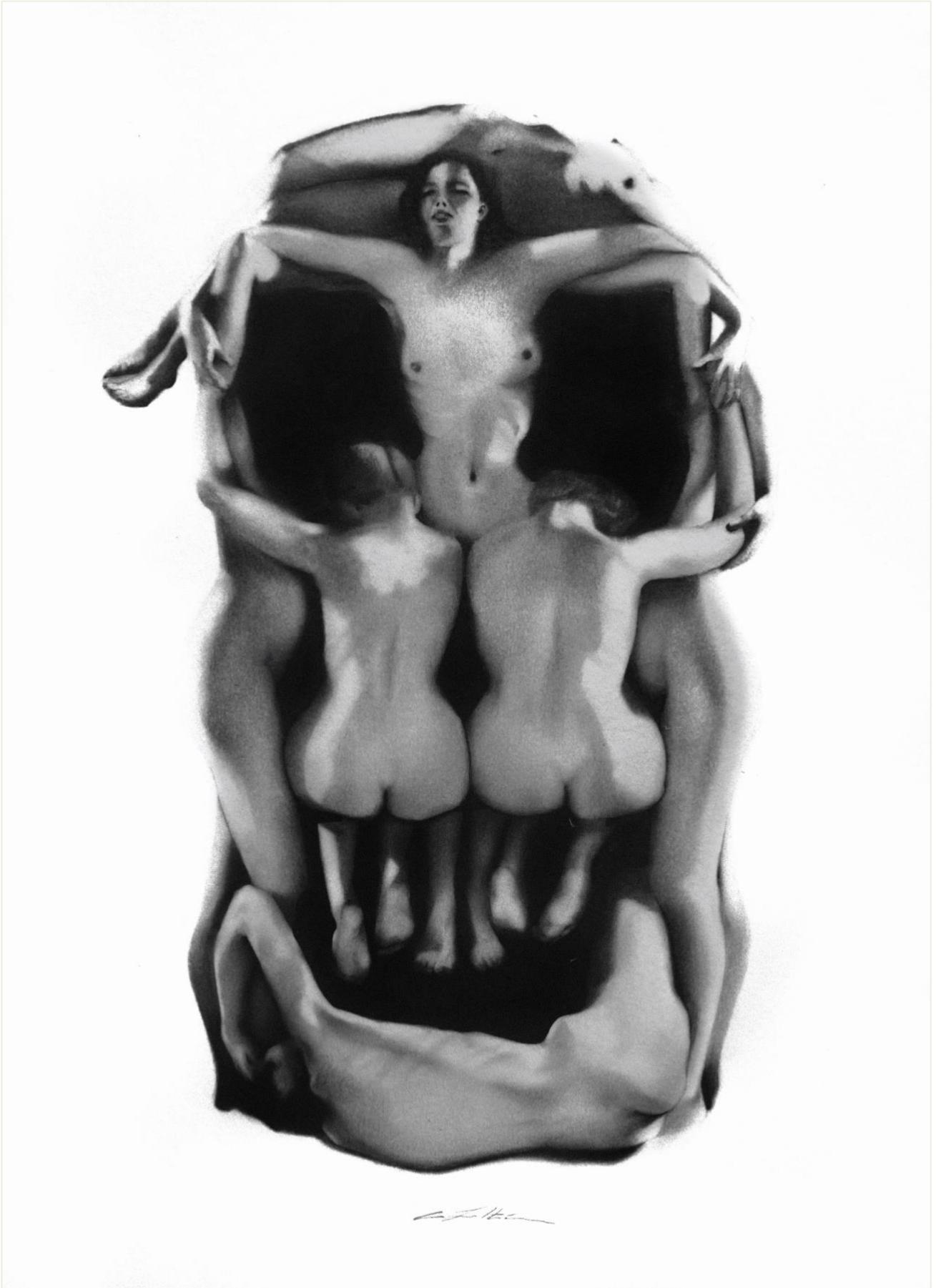
En el proceso creativo inicial, el yo copista trasladaba la imagen digital al plano físico con lápiz y tinta sobre papel, tratando de imitar el registro fotográfico. El resultado final no dejaba lugar a considerarse dibujo ni pintura, sino una mera impresión. *Lo que hago es imprimir obras de arte* (2018) representa el punto de inflexión del proceso creativo, de un qué estoy haciendo y por qué. La obra consiste en el traslado de la figura craneal de *In Volupta Mors* (Salvador Dalí, 1951) en la fotografía de Phillippe Halsman. La representación de lo icónico en la imagen supone un primer acercamiento a la reducción compositiva, presente también en el monocromatismo como una forma de eliminar el color para dar valor a lo que se representa, y se extiende a lo largo de la producción en obras como *1800* (2019) o *Divinig Divine* (2020). En este sentido, podemos intuir la inclinación del proceso creativo hacia lo conceptual, en el que la idea prevalece sobre la estructura, pero ambos son elementos de significado inconcebibles el uno sin el otro. Asimismo, si aceptamos lo inferido en *El arte como lenguaje* (3.1.1.) y extendemos la concatenación de ideas que se da en la consciencia lingüística a la consciencia artística, daríamos sentido al proceso creativo inercial.



(Fig. 20) Adrián Beltrán. 1800, 2019.  
Grafito y acrílico sobre papel,  
70 x 70 cm.

(Fig. 21) Adrián Beltrán, *Lo que hago es imprimir obras de arte*, 2018.  
Grafito y tinta sobre papel,  
50 x 70 cm.  
(pág. 21)

<sup>39</sup> PRADA, J.M. (2018). *Op. Cit.*, p.10. Esta cita contiene referencias a: ROBINS, K. (1996). *The virtual Unconscious in Photography*, y a: SONTAG, S. (2006). *Sobre la fotografía*.





(Fig. 22) Adrián Beltrán. *Divining Divine*, 2020. Tinta y grafito sobre papel, 30 x 30 cm.

### 5.1.2. La apropiación digital

En esta segunda parte del proceso creativo la copia se transforma en apropiación y las *impresiones*, en *collage* digital. Esta evolución está condicionada por los nuevos conocimientos del medio de creación digital como Photoshop o After Effects y la asimilación de referencias artísticas y teóricas. A continuación, profundizaremos en estas ideas que figuran en el marco conceptual desde la perspectiva de la producción artística digital.

En primer lugar, desde la inestabilidad del significado en la imagen-meme. Del mismo modo que en el meme de Internet una imagen pierde su significado original en la descontextualización de las redes sociales, la imagen en el proceso creativo es seleccionada según el juicio estético personal y alterada digitalmente. *Grass scene* (2020) es un ejemplo de este método de creación, donde se llevan a cabo estrategias de apropiación y resignificación. Esta metodología se puede entender desde dos conceptos: la figura del prosumidor y la pérdida del aura.

La figura del prosumidor mencionada en *La imagen deconstruida* (3.3.1.) hace referencia a esta interacción con la imagen en el medio digital, especialmente con el meme de Internet. En efecto, en la propuesta artística decido asumir esta identidad como un *alter ego* apropiacionista.

En efecto, la inclinación inconsciente a la apropiación se entiende la experiencia personal con la imagen en la red, vaciada de su contexto original. Un ejemplo son las obras de arte consumidas en su versión reproducida, una cualidad que, como se ha constatado anteriormente, supone la pérdida del aura. Este efecto es producto de la reproducción masiva de la imagen en los media, inicialmente, y en el medio digital en la actualidad. Fui consciente del efecto que conlleva la pérdida del *aura* ante la profunda indiferencia que siente uno delante de una obra de arte que ya ha consumido en su imagen reproducida.



(Fig. 23) Adrián Beltrán. *Grass scene*, 2020. *Collage digital*.

En lo referente a la inercia del proceso creativo podemos apoyarnos, de nuevo, sobre el concepto de concatenación de ideas referido en el marco conceptual. Así, el proceso actúa como una estructura artística en

la que tanto lo consciente como lo inconsciente son elementos de significado. Algo a lo que Duchamp definía como ‘coeficiente artístico’: *una relación aritmética entre lo inexpresado pero intencionado y lo expresado sin intención.*<sup>40</sup> Por otro lado, se da sentido al acto de apropiación en la propuesta artística con el estado de la imagen en la cultura visual de masas y con la tendencia generalizada en el medio digital a frivolar imágenes. Las imágenes que surgen de la experiencia digital y que conforman la producción artística son, en cierto sentido, similares al meme de Internet.

Actualmente, el proceso creativo consiste en una práctica mixta entre lo digital y lo plástico, hibridando los conceptos asimilados a lo largo del proyecto.

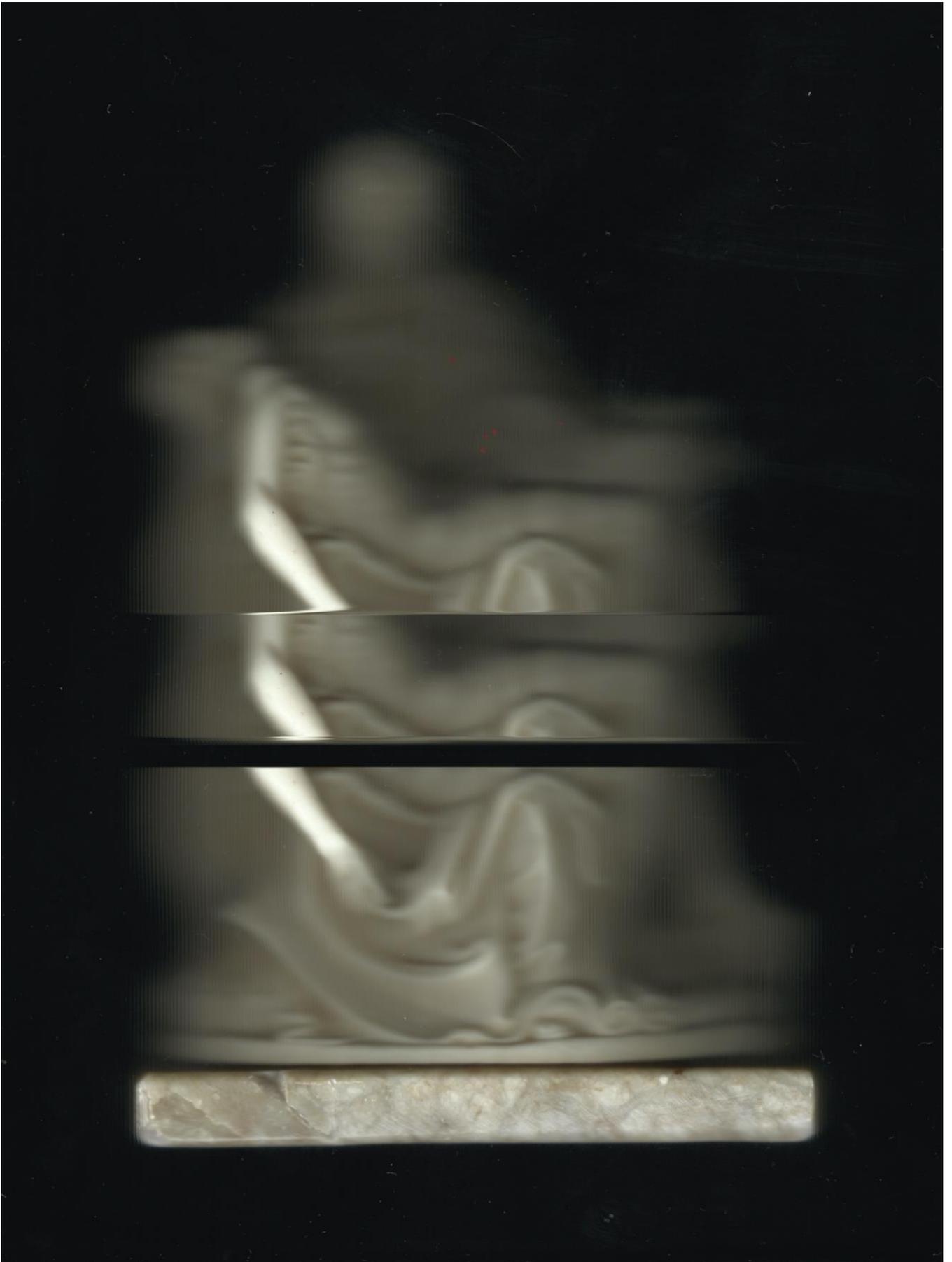
Además, aparece un nuevo interés por estrategias de creación y comunicación y explorando nuevas estrategias de creación y comunicación como el *Scan Art*, la imagen en 3D, la intervención sobre objetos y el *Found-Footage*.



(Fig. 24) Adrián Beltrán. *Lo que no son las cosas*, 2020. Imagen 3D, reproducción de *Acto de violencia* (René Magritte, 1932).

(Fig. 25) Adrián Beltrán, *La Pietà*, 2019. Souvenir de *La Pietà* de Miguel Ángel (1499) escaneada, imagen digital, 150 x 100 cm. (ver p. 25).

<sup>40</sup> DUCHAMP, M. (2010). *Op. Cit.*, p. 66.







En definitiva, se pretende configurar una iconografía particular de imágenes que, desde un principio, pero de modo inconsciente, contienen una fuerte carga cultural e inciden en la memoria visual personal a través de los medios digitales. Algunas de estas imágenes como *Madonna del rosario* (2019) llegan a materializarse en soportes como el libro de artista. Con esta obra se inicia un proyecto editorial, titulado *No matarás*, compuesto por 5 obras en la que se extiende el uso de la aureola de neón sobre una selección de las obras de Caravaggio.



(Fig. 27) Adrián Beltrán, *No matarás*, 2019. Libro de artista. 35 x 25 x 3 cm.

(Fig. 28) Adrián Beltrán, *Madonna del rosario*, 2019. Collage digital.

En otras imágenes como *Las Meninas de Picasso* (2017), *El gran chapuzón de Klein* (2018) y *Fue un accidente premeditado* (2019) las obras icónicas del arte contemporáneo son alteradas mediante estrategias digitales. No obstante, la idea sigue siendo la misma: usar la descontextualización y la hibridación como recurso transformador de significado, en un afán por desmitificar las imágenes de culto.

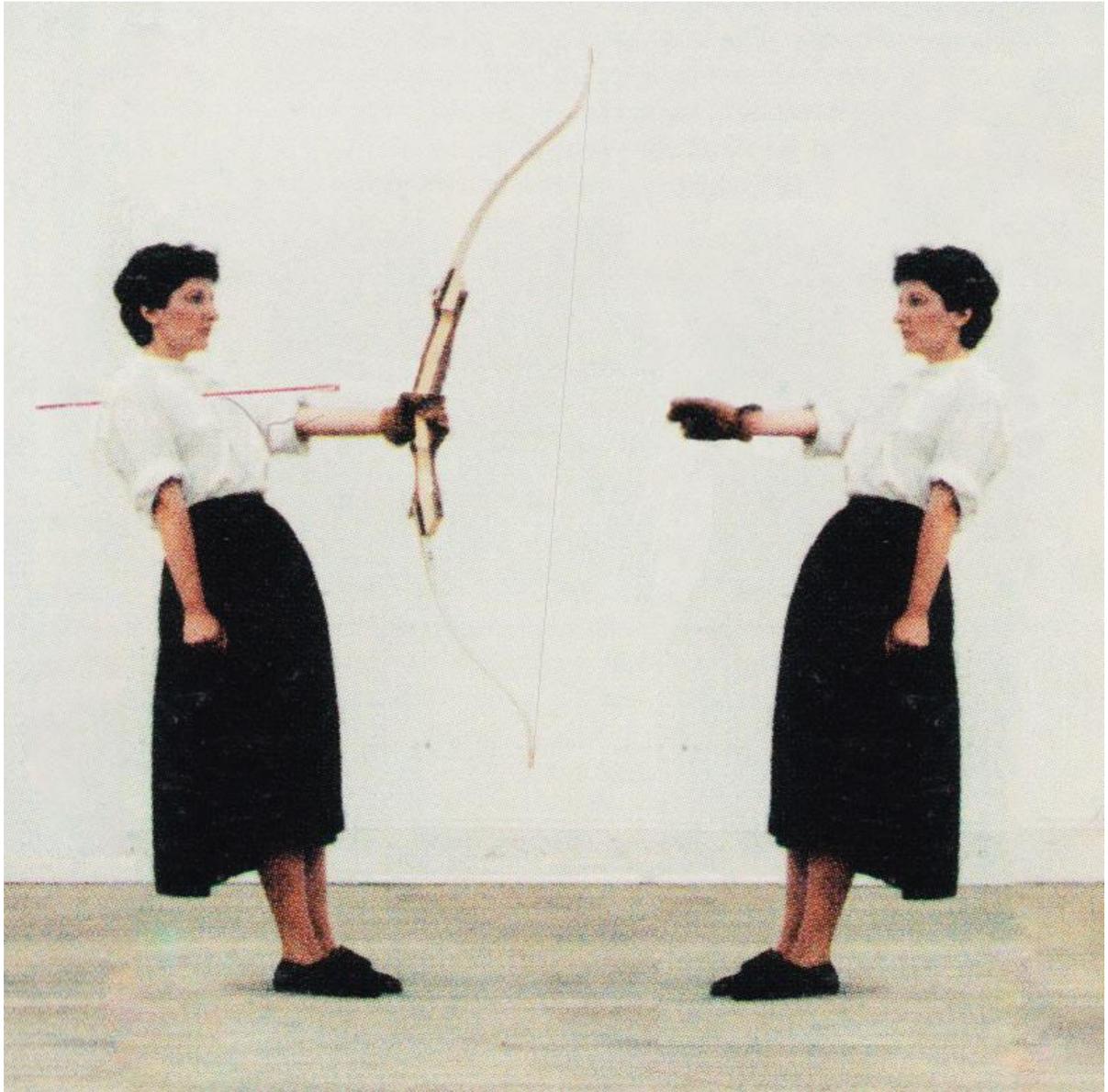
Por último, la incidencia del arte de identidad en el imaginario personal se hace visible en *Canto a los suspiros de España* (2020), un proyecto fotográfico centrado en el registro de dos obras físicas: un capirote customizado con el patrón de Louis Vuitton (*Lo español I*, 2019) y la cabeza impresa en 3D de un toro con una aureola (*Lo español II*, 2019).



(Fig. 29) Adrián Beltrán, *Las Meninas de Picasso*, 2017. Collage digital.



(Fig. 30) Adrián Beltrán, *El gran chapuzón de Klein* (selección de fotogramas), 2018. Gif en *stop-motion*.



(Fig. 31) Adrián Beltrán, *Fue un accidente premeditado*, 2019. Collage digital.



(Fig. 32-33) Adrián Beltrán. *Lo español I*, de la serie *Canto a los suspiros de España*, 2020. Fotografía.



(Fig. 34) Adrián Beltrán. *Lo español II*, de la serie *Canto a los suspiros de España*, 2020. Impresión 3D, pedestal de madera y aureola de cobre, 17 x 13 x 12 cm.

### 5.2.2. Contraimágenes



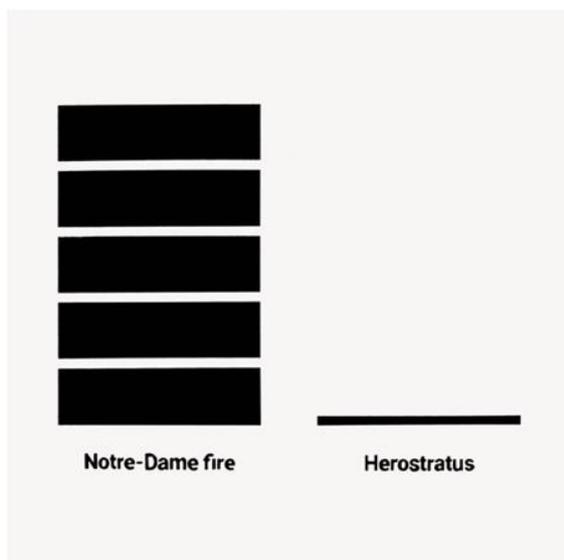
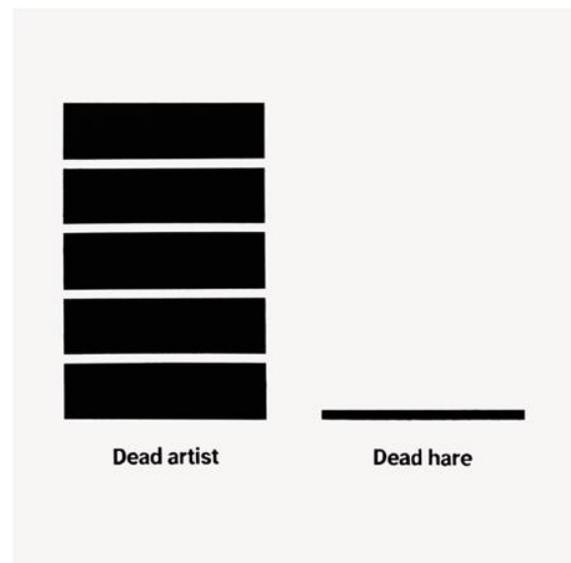
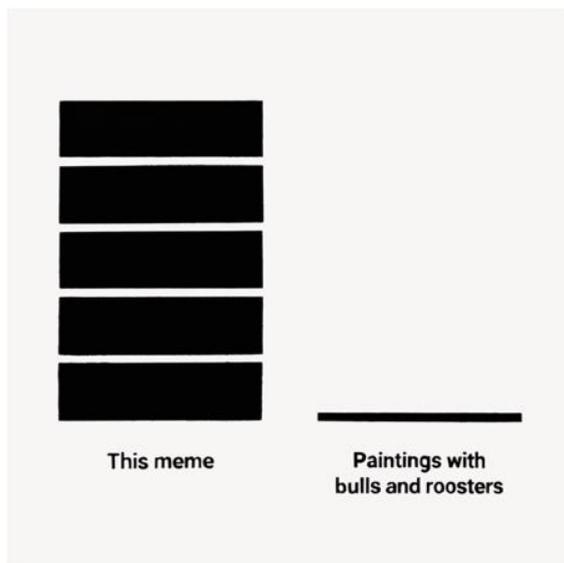
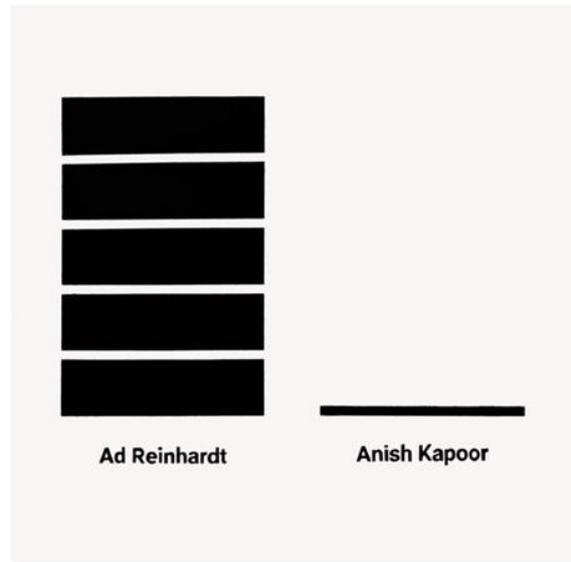
(Fig. 35) Captura de pantalla de un tweet en personal, ejemplo del meme *Cultural Impact*, 2019.

A continuación, aclararemos la definición de contraimágenes en el proyecto. En *Los nuevos frisos: la imagen en la era de las redes sociales* (3.3.2.) presentábamos un retrato generacional de la cultura visual de masas en relación con el modo de consumir imágenes. En efecto, en la actualidad se conciben y consumen como puro efecto visual, consecuencia de la inmediatez y la hipervisualidad a la que acostumbra la sociedad hoy en día. En este sentido, Prada alude a la creación de contraimágenes (imágenes artísticas que exigen detenerse a contemplarlas, como resistencia a la mera percepción).

La producción de contraimágenes es una estrategia que decido asumir en la propuesta artística en respuesta a la propia experiencia con la inmediatez en las redes. La idea es concebir las imágenes como estructuras complejas en las que tanto el mensaje y el lenguaje (qué se dice y cómo se dice) son elementos de significado que hay que pararse a interpretar. La serie *Cultural Impact* (2020) representa esta intencionalidad con el uso de un modelo de meme de Twitter que consiste en la comparación hiperbólica de dos conceptos. Las 5 obras que la componen ironizan acerca de la idolatría, el arte contemporáneo y fenómenos culturales de masas en un juego de palabras. Por su lado, el lenguaje alude al mundo del meme y a la cualidad conceptual de la obra de arte. De hecho, las imágenes a partir de ahora se conciben conscientemente en formato cuadrado, como una estrategia más de acercar la imagen artística al medio al que pertenecen (las redes sociales) donde gran parte del contenido aparece en formato 1:1.

*Brillo box but it's translucent* (2020) representa, asimismo, la estrategia creativa de jugar con los conceptos, en este caso con el material (lenguaje) y lo que representa (mensaje). Esta obra consiste en la reproducción en metacrilato traslúcido de la obra de Warhol, *Brillo Box* (1964), en un oxímoron entre el título *Brillo* y la opacidad del nuevo material. Igualmente, es una caja de la que se espera que contenga algo, pero cuyas letras recortadas permiten ver su interior hueco. El objeto representa, así, una metáfora de la imagen vaciada.

La autorreferencialidad es un recurso presente en la propuesta, las imágenes hablan de su propia condición comunicativa y cultural, en referencia a su papel en la consciencia visual colectiva. De este modo, la apropiación resulta una estrategia interesante para explotar la idea de la imagen vaciada, la pérdida del efectismo, el culto a los símbolos, el arte como lenguaje y los memes de Internet.



(Fig. 36) Adrián Beltrán, *The idol of god. The idea of god.*

(Fig. 37) *Ad Reinhardt. Anish Kapoor.*

(Fig. 38) *This meme. Paintings with Bulls and rosters.*

(Fig. 39) *Dead artist. Dead hare.*

(Fig. 40) *Notre-Dame fire. Herostratus.*

Serie Cultural Impact, 2020.  
Óleo sobre tabla, 50 x 50 cm.



(Fig. 41) Adrián Beltrán, *Brillo Box but it's translucent*, 2020. Caja desmontable de metacrilato traslúcido, 30 x 30 x 30 cm.

### 5.3. THINGS I IMAGINED

En este último apartado, concluiremos los elementos que conforman la propuesta artística a través de un proyecto de *Found Footage* titulado *Things I imagined* (2020), en referencia a la canción de Solange y a 'las cosas que imagino'. Este trabajo se construye siguiendo un proceso creativo consciente ya de las estrategias y discursos que lo estructuran. Así, *Things I imagined*, con su duración, supone una declaración de resistencia ante la mera instantaneidad, exigiendo ser visualizado en un tiempo dado. De este modo, el videoarte es la culminación de las contraimágenes y su propósito de retener al espectador. Por su lado, el *Found Footage* es una técnica basada en el uso de fragmentos de metraje ajeno con el fin de crear nuevos archivos audiovisuales.<sup>41</sup> Así, mediante el apropiacionismo e hibridación de material ajeno, se concretiza el fin de la imagen en la cultura visual de masas: ser intervenida por la figura del prosumidor en un acto de apropiación. De

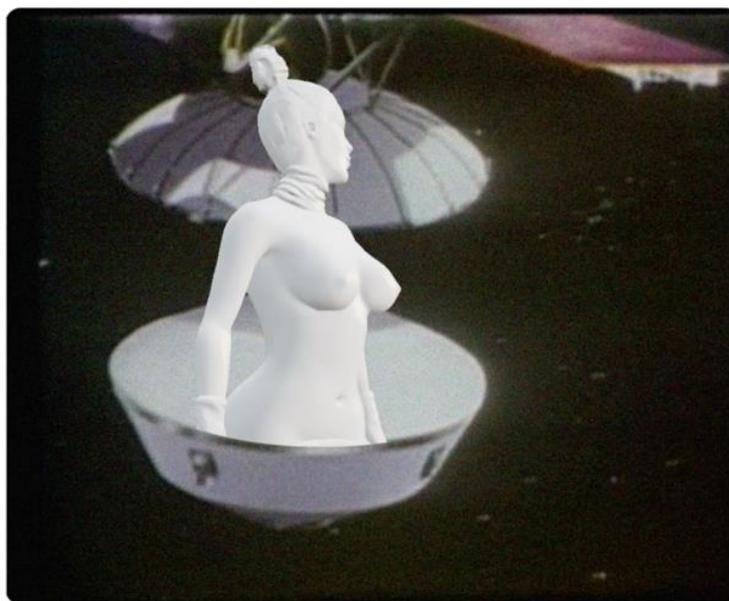
<sup>41</sup> SERRANO, A. (2013). *Op.cit.*, p. 15.

esta proposición se siguen las estrategias de descontextualización, recontextualización y revalorización estética, *un auténtico procedimiento de arqueología visual*<sup>42</sup>.

El proceso creativo deriva, así, en una estado automática, absorto en la visualización de cientos de imágenes y material audiovisual en el multiverso estético que es Internet. Finalmente, el proyecto interviene sobre la iconografía mencionada, alojando imágenes de culto (tanto para la religión católica, como la historia del arte o la cultura visual de masas) en un universo ecléctico, donde pierden todo efectismo y se evidencian como ídolos vaciados. Además, a lo largo del clip se repite la idea del consumo y la iconolatría, en una alusión de las imágenes a su propia condición (autorreferencialidad).

En último término, la publicación del vídeo en las redes sociales cumple el propósito de las contraimágenes de convivir en el medio que cuestionan y de imponerse a los tiempos de la inmediatez. Sin embargo, y pese a esta intencionalidad, probablemente sus posibilidades de significado no lleguen a ser agotadas, consumiéndose, en última instancia, como simple efecto visual.

En conclusión, *Things I imagined* es una reproducción de las ideas e imágenes que conviven en el imaginario personal y se exteriorizan en el proyecto. En cierto sentido, el videoarte actúa como colofón de *000*, concluyendo lo inferido sobre el propio proceso creativo y el consumo de imágenes en la materialización de esta nueva propuesta artística.



<sup>42</sup> Íbid., p. 18.





(Fig. 42-46) Adrián Beltrán, *Things I imagined* (selección de fotogramas), 2020. Videoarte, *Found Footage*, 2 min.

## 6. CONCLUSIONES

Al inicio de la presente memoria se introducían una serie de objetivos que pretendían ser alcanzados en el trascurso del proyecto. En este último capítulo concluiremos la memoria con una valoración general del trabajo, incidiendo sobre los logros y los aspectos a mejorar.

000 constituye el resultado de un pensamiento inductivo que pretende llegar al estado cero del proceso creativo personal. La idea ha sido responder cuestiones sobre la identidad artística y la propia experiencia con las imágenes. Aunar estas ideas en un mismo proyecto, artístico y práctico, ha resultado ser todo un reto, tanto a nivel de contenido como de estructura. Tras considerar el trabajo como un proyecto teórico o con la intención de reunir las ideas en un texto de artista, finalmente y con la ayuda del tutor, decidí centrarme en la idea de configurar una propuesta artística. Así, abría un espacio discursivo sobre el que responder las cuestiones anteriores y conceptualizar una nueva propuesta para futuros proyectos, dando sentido a un proceso creativo anterior.

La revisión bibliográfica resultó ser bastante más complicada de lo esperado, consecuencia de la intención de explorar el conocimiento del arte desde distintas disciplinas. Fui consciente, entonces, de la complejidad que supone realizar una selección bibliográfica y del error en pretender buscar un sentido único del arte. De hecho, la memoria necesitó de una reestructuración y reformulación del contenido, enfocando el marco conceptual como interpretaciones subjetivas dispuestas para ser intervenidas en el plano artístico.

En realidad, en el proyecto no se pretende definir una propuesta artística definitiva, sino concluir una etapa personal y abrir un camino de exploración a nuevos discursos y cuestiones. Quizá, el futuro de las imágenes sea el fin publicitario y participen en proyectos gráficos, saliendo de las redes sociales para profesionalizarse en el diseño, en la dirección artística o materializarse en forma de *merchandising*. Lo cierto, es que las imágenes que figuran en el proyecto se han construido desde un principio para ser consumidas en un mundo que Juan Martín Prada define como *publicitario por esencia*<sup>43</sup>.

Reunir a los referentes artísticos también ha supuesto una tarea difícil dado el constante contacto con material visual en las redes y la amplitud de conocimiento asimilados a lo largo de los estudios artísticos. En este sentido, el proyecto representa un crecimiento personal y artístico en el que he ido recogiendo múltiples referencias.

---

<sup>43</sup> PRADA, J.M. (2018). *Op. Cit.*, p. 7.

Precisamente, el fin ideal del proyecto es participar en esta red de referencias e ideas que enriquece la experiencia artística.

Valorando ahora lo que este trabajo ha supuesto en la construcción de mi identidad artística, pienso que he alcanzado el objetivo principal que es dar un sentido a mi identidad. Sin embargo, puede que las ideas expuestas hubiesen sido más claras si hubiese abordado el proyecto desde una bibliografía más cercana a mis conocimientos. Por otro lado, *000* es una idea que tenía pensada durante mucho tiempo y que ha ido madurando conforme he desarrollado el proyecto. Realmente, me resultaba emocionante cuando encontraba relación entre el proceso creativo y lo lingüístico del arte o el origen del ensueño olímpico con el modo en que consumo memes de Internet. No obstante, soy consciente de mis capacidades y dificultades en el modo de expresar las ideas, algo que en lo que estoy trabajando por mejorar.

Personalmente, pienso que sí he logrado conceptualizar una propuesta en una estructura que contiene las estrategias a seguir y un discurso sobre el que producir imágenes. En un breve resumen, las imágenes se conciben como estructuras de significado en el que el mensaje y el lenguaje, entendidos como una unidad, se sirven de estrategias propias del apropiacionismo y el arte conceptual. El objetivo es establecer un discurso crítico entre las imágenes y su propia condición, como memes mutantes que son susceptibles de ser frivolidados e idolatrados por una esta nueva cultura de Internet. Y, en cuanto memes, son imágenes ambiguas y eclécticas que ironizan y frivolidan en un acto de apropiación. En este trabajo, las imágenes han evolucionado hasta ser conscientes de su propia naturaleza y, por tanto, el proceso creativo en esta nueva propuesta resulta más coherente.

En conclusión, *000* supone un principio y un final. Pero no un punto y aparte, sino un punto y seguido en lo que es vivir con el arte, porque, al igual que Manolo Prieto, autor del toro de Osborne, *¡Tengo que pensar y hablar en imágenes!*<sup>44</sup>.

---

<sup>44</sup> VVAA, "Tengo que pensar y hablar en imágenes", Catálogo *Manolo Prieto y el toro Osborne*, p. 29.

## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARCHILLECT. *Archillect*. <<https://archillect.com>>  
[Consulta: 2020-11-11].

BARTHES, R. (1968). *La muerte del autor*. <<https://teorialiteraria2009.files.wordpress.com/2009/06/barthes-la-muerte-del-autor.pdf>> [Consulta: 2020-10-09].

BENJAMIN, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. 8ª edición. Madrid: Casimiro.

CAPARDI, D. (1996). “Duchamp: pensar ready-made” en *Nombres*. Año VI, n. 7, pp. 145-158. <<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/NOMBRES/issue/view/99>>  
[Consulta: 2020-11-08]

CARRIÓN, J. (2020). “Política y estética del meme” en *The New York Times*, Opinión, 2020. Disponible en: <<https://www.nytimes.com/es/2020/08/30/espanol/opinion/que-es-un-meme-internet.html>> [Consulta: 2020-10-08].

COZMA, MLA. (2019). *Memes. El paradigma comunicativo en la web 2.0*. Trabajo de final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València. <<http://hdl.handle.net/10251/126705>> (Consulta: 2020-10-04).

DAWKINS, R. (1985). *El gen egoísta*. Barcelona: Salvat, D.L.

DUCHAMP, M. (2010). *Cartas sobre el arte: 1916-1956*. Barcelona: Editorial Elba.

DUROZOI, G. (1997). *Diccionario Akal de arte del siglo XX*. [En línea] Madrid: Ediciones Akal, Diccionarios. <<https://acortar.link/PYEeD>>  
[Consulta: 2020-11-08].

GUASCH, A.M. (2000). *El arte último del siglo XX. Del posminimalismo a lo multicultural*. Madrid: Alianza, D.L.

HARARI, Y.N. (2016). *Sapiens. De animales a dioses: Breve historia de la humanidad*. 8ª edición. Barcelona: Debate.

ILCHY, L. (2019). "The \$120,000 Art Banana Gets the Meme Treatment" en *WWD*, 2019. <<https://wwd.com/fashion-news/fashion-scoops/art-basel-2019-art-banana-memes-1203395572/>> [Consulta: 2020-11-08].

JIA JIA, F. "Art in the Age of Instagram. TEDXMarthasVineyard". *Youtube*. <<https://www.youtube.com/watch?v=8DLNFDQt8Pc>> [Consulta: 2020-11-08].

KANDINSKY, V. (2011). *De lo espiritual en el arte*. Edición conmemorativa numerada 1911-2011. Barcelona: PAIDOS.

KOSUTH, J. (1969). "Art after phylosophy" en *Studio International*, 1960, n. 915, pp. 134-137. <[https://www.robertspahr.com/teaching/hnm/joseph\\_kosuth\\_art\\_after\\_philosophy.pdf](https://www.robertspahr.com/teaching/hnm/joseph_kosuth_art_after_philosophy.pdf)> [Consulta: 2020-10-08].

LOTMAN, Y.M. (1982). *Estructura del texto artístico*. 2ª edición. Madrid: Istmo.

METROPOLIS. "Metropolis – María Cañas". *RTVE A La Carta*. <<https://www.rtve.es/television/20150921/maria-canas/1223720.shtml>> [Consulta: 2020-10-12].

*Neon Genesis Evangelion*. GAINAX. 1995.

NICULET, L. (2012). "Posestructuralismo y estética: fundamentos y metáforas de la crítica del arte contemporáneo" en *DISTURBIS*, 2012, n. 11. <<http://www.disturbis.esteticauab.org/DisturbisII/Niculet.html>> [Consulta: 2020-11-08].

NIETZSCHE, F. (2013). *El origen de la tragedia*. 11ª edición. Barcelona: Austral.

PRADA, J.M. (2018). *El ver y las imágenes en el tiempo de Internet*. Madrid: Ediciones AKAL, Estudios Visuales.

RAMIREZ, N., SERRANO, B. (2019). "Jennifer Lopez rompe Internet (otra vez) y desfila con el Versace que inventó Google Imágenes" en *S Moda, EL PAÍS*, 2019. <<https://smoda.elpais.com/celebrities/vestido-desfile-versace-jennifer-lopez-obligo-a-inventar-google-imagenes/>> [Consulta: 2020/11/05].

RENOBELL, V. (2005). "Hipervisualidad. La imagen fotográfica en la sociedad del conocimiento y de la comunicación digital" en *UOC Papers*, 2005, n. 1. <<http://www.uoc.edu/uocpapers/1/dt/esp/renobell.pdf>> [Consulta: 2020/11/08].

RUBIO, R. (2015). "El lugar de la fenomenología en el debate de la reciente filosofía de la imagen" en *Veritas*, 2015, n. 33, pp. 89-101. <<https://dx.doi.org/10.4067/S0718-92732015000200005>> [Consulta: 2020-10-11].

RUIZ, M. (2019). *Ok Google, define arte*. Trabajo de final de grado. Valencia: Universitat Politècnica de València. <<http://hdl.handle.net/10251/130322>> [Consulta: 2020-10-04].

SAINTHOAX. "Sainthoax paintings". <<http://www.sainthoax.com/paintings>> [Consulta: 2020-11-14].

SERRANO, A. (2013). "Apropiacionismo, remezcla y postproducción: el Found Footage en el siglo XXI" en *VVAA, Estéticas del Media Art*. Universidad de Málaga, pp. 16-36. <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=525868>> [Consulta: 2020-11-08].

TEDX TALKS. "Waking up as a meme-hero. Andras Arato. TEDxKyiv". *Youtube*. <<https://www.youtube.com/watch?v=FScfGU7rQaM>> [Consulta: 2020-10-08].

TER. "La iconografía religiosa de la MET GALA 2018". *Youtube*. <<https://www.youtube.com/watch?v=UtwHnC4fM3c>> [Consulta: 2020-10-24].

VVAA. (2005). *Manolo Prieto y el toro osborne*. Madrid: Asociación Cultural España Abierta.

VOGUE. "2018 Met Gala: On Instagram, the Met Museum Turned Into a Giant Dance Party". *Vogue*. <<https://www.vogue.com/projects/met-gala-2018-instagram-celebrities-behind-the-scenes-video>> [Consulta: 2020-11-04].

## 8. ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1. Joseph Kosuth. *One and three chairs* [Una y tres sillas], 1965. Instalación. Pág. 9.

1 <<https://www.moma.org/collection/works/81435>>

2 <<https://images.app.goo.gl/8Ju3hrvkgvGsd4QR9>>

Fig. 2. Marcel Duchamp. *Fountain* [Fuente], 1917. Urinario. Pág. 10.

<<https://images.app.goo.gl/ox9f9RsAnGtjYNL49>>

Fig. 3. Adrián Beltrán. *So you've decided to steal urinals* [Así que has decidido robar uriniales], 2020. Imagen digital (meme). Pág. 10.

Fig. 4. Sherrie Levine. *After Walker Evans*, 1981. Impresión en gelatina de plata. Pág. 11.

<<https://whitney.org/collection/works/10247>>

Fig. 5. @Derribosyconstrucciones (Instagram). *Rock Lee vs Gaara* (meme), 21 de agosto de 2020. Pág. 12.

<[https://www.instagram.com/p/CEKJYuljw\\_D/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CEKJYuljw_D/?utm_source=ig_web_copy_link)>

Fig. 6. (Fig. 2) René Magritte. *La trahison des images (Ceci n'est pas un pipe)* [La traición de las imágenes (Esto no es una pipa)], 1929. Oleo, 63 x 93 cm. Pág. 13.

<[https://elpais.com/elpais/2016/09/21/album/1474458531\\_382665.html#foto\\_gal\\_14](https://elpais.com/elpais/2016/09/21/album/1474458531_382665.html#foto_gal_14)>

Fig. 7. Captura de pantalla de la proyección en realidad aumentada de *La Gioconda* de Da Vinci, usando 'Art Projector' de Google Arts & Culture, 2020. Pág. 13.

(Fig. 8) @Chriscoatham (Instagram). *Bye* (meme), 04 de mayo de 2019. Pág. 14.

<[https://www.instagram.com/p/BxDQshOFe7T/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/BxDQshOFe7T/?utm_source=ig_web_copy_link)>

Fig. 9. Friso de la Gigantomaquia en el Altar de Zeus en Pérgamo, Friso oriental: *Atenea y Gea*, s. II a.C. Museo de Pérgamo, Berlín, Alemania. Pág. 14.

<<https://bit.ly/2UFJckw>>

Fig. 10. Rob McKeever. Vista de la exposición de Richard Prince en el 976 Madison Avenue, Nueva York, 19 de septiembre al 24 de octubre de 2014. Pág. 15.

<<https://images.app.goo.gl/rbLVseRaAfMhUYr46>>

Fig. 11. Publicación de Kim Kardashian en Instagram, 19 de octubre de 2018. Imagen: Mary Magdalene receives The Holy Spirit, David LaChapelle, 2019. Pág. 15

<[https://www.instagram.com/p/BpGq437ny9n/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/BpGq437ny9n/?utm_source=ig_web_copy_link)>

Fig. 12. Marcel Duchamp. *L.H.O.O.Q.*, 1919. *Ready-made*. Lápiz sobre una reproducción de *La Gioconda* de Leonardo Da Vinci, 19 x 12 cm. Pág. 16.

<<https://images.app.goo.gl/tU3oaMSFQ58n5Xj38>>

Fig. 13. David Hammons. *Holy Bible: Old Testament*, 2002. Libro de artista. Reedición de la obra Arturo Schwartz, *The Complete Works of Marcel Duchamp*, 1997. 33 x 26 x 5 cm. Pág. 17

1 <<https://www.moma.org/collection/works/110597>>

2 <<https://images.app.goo.gl/JWNHbGXxumeofpeZ6>>

Fig. 14. Pilar Albarracín. *Viva España*, 2004. Performance (fotograma del registro filmico). Pág. 17

<<http://www.pilaralbarracin.com/videos/videos14.html>>

Fig. 15. María Cañas. *La cosa nuestra*, 2006. Film (fotograma). 15 min. Pág. 17.

<<https://images.app.goo.gl/TyNj7e8yUJ89jVSCA>>

Fig. 16. Saint Hoax. *Like a virgin*, 2016. Óleo sobre tela. 100 x 83 cm. Pág. 18.

<<http://www.sainthoax.com/paintings>>

Fig. 17. Allan D'Arcangelo. *Madonna and child*, 1963. Pintura acrílica sobre tela. 174 x 152,7 cm. Pág. 18.

<<https://whitney.org/collection/works/41559>>

Fig. 18. Fotograma de *Neon Genesis Evangelion* (Ep. 23, Rei III). Fecha de emisión: 6 de marzo de 1996. Pág. 18.

<<https://images.app.goo.gl/GCyngaBCxy8wpCx7D7>>

Fig. 19. Captura de pantalla del espacio personal 'Guardados' en Instagram con una selección de imágenes de @Archillect. 2020. Pág. 19.

Fig. 20. (Fig. 26) Adrián Beltrán. 1800, 2019. Grafito y acrílico sobre papel, 70 x 70 cm. Pág. 21.

Fig. 21. Adrián Beltrán. *Lo que hago es imprimir obras de arte*, 2020. Lápiz y tinta sobre papel, 50 x 70 cm. Pág. 22.

Fig. 22. Adrián Beltrán. *Divining Divine*, 2020. Tinta y grafito sobre papel, 30 x 30 cm. Pág. 23.

Fig. 23. Adrián Beltrán. *Grass scene*, 2020. Collage digital. Pág. 24.

Fig. 24. Adrián Beltrán. *Lo que no son las cosas*, 2020. Escultura 3D, imagen digital. Pág. 25.

Fig. 25. Adrián Beltrán, *La Pietà*, 2019. Suvenir de *La Pietà* de Miguel Ángel (1499) escaneada, imagen digital. 150 x 100 cm. Pág. 26.

Fig. 26. Adrián Beltrán, *Tampoco, no sé, como que he tenido la necesidad*, 2020. Escultura de escayola intervenida con lápiz. 13 x 7 x 11 cm. (aprox.). Pág. 27.

Fig. 27. Adrián Beltrán, *No matarás*, 2019. Libro de artista. 35 x 25 x 3 cm. Pág. 28.

Fig. 28. (Fig. 34) Adrián Beltrán, *Madonna del rosario*, 2019. Collage digital. Pág. 28.

Fig. 29. Adrián Beltrán. *Las Meninas de Picasso*, 2017. Collage digital. Pág. 29.

Fig. 30. Adrián Beltrán. *El gran chapuzón de Yves Klein*, 2018. Gif en stop-motion (selección de fotogramas). Pág. 30.

Fig. 31. Adrián Beltrán. *Fue un accidente premeditado*, 2019. Collage digital. Pág. 31.

Fig. 32-32. Adrián Beltrán. *Lo español I*, de la serie *Canto a los suspiros de España*, 2020. Fotografía. Pág. 32

Fig. 34. Adrián Beltrán. *Lo español II*, de la serie *Canto a los suspiros de España*, 2020. Impresión 3D, pedestal de madera y aureola de cobre. 17 x 13 x 12 cm. Pág. 33.

Fig. 35. Captura de pantalla de un tweet personal, ejemplo del meme 'Cultural Impact', 2019. Pág. 34.

Fig. 36. Adrián Beltrán, *The idol of god. The idea of god* de la serie *Cultural Impact*, 2019. Óleo sobre tabla, 50 x 50 cm. Pág. 35.

Fig. 37. Adrián Beltrán, *Ad Reinhardt. Anish Kapoor*, de la serie *Cultural Impact*, 2019. Óleo sobre tabla, 50 x 50 cm. Pág. 35.

Fig. 38. Adrián Beltrán, *This meme. Paintings with Bulls and roosters*, 2019. Óleo sobre tabla, 50 x 50 cm. Pág. 35.

Fig. 39. Adrián Beltrán, *Dead artist. Dead hare*, de la serie *Cultural Impact*, 2019. Óleo sobre tabla, 50 x 50 cm. Pág. 35.

Fig. 40. Adrián Beltrán, *Notre-Dame fire. Herostratus*, de la serie *Cultural Impact*, 2019. Óleo sobre tabla, 50 x 50 cm. Pág. 35.

Fig. 41. Adrián Beltrán, *Brillo Box but it's translucent*, 2020. Caja desmontable de metacrilato traslúcido, 30 x 30 x 30 cm. Pág. 36.

Fig. 42-46. Adrián Beltrán, *Things I imagined* (selección de fotogramas), 2020. Video *Found Footage*, 2 min. Pág. 37-39.

[https://www.instagram.com/tv/CA2ca-pBjQB/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/tv/CA2ca-pBjQB/?utm_source=ig_web_copy_link)