

Leopoldo E. Tillería Aqueveque
El pop art imprescindible.
Javier Melús, espíritu peterpanesco

RESUMEN

Se imagina a Peter Pan, el niño del país de Nunca Jamás, creando en pleno siglo XXI un universo de personajes fantásticos y coloridos como Súper Ratón y Mazinger Z, al lado de otros de la cultura pop como Marilyn Monroe y Donald Trump? Pues eso es lo que realiza el artista navarro Javier Melús, quien bien representa este espíritu peterpanesco. El escrito analiza tres pinturas de Melús, las cuales reflejan el desafío de las fuerzas estético-ecológicas por hacer de la vida cotidiana una nueva cultura. Después de Melús, se concluye, el arte puede probar que es imprescindible.

Palabras Claves: cotidianidad; cultura; ecología del mostrar; estética; felicidad; obra de arte.

Abstract: Can you imagine Peter Pan, the boy from Neverland, creating in the 21st century a universe of fantastic and colorful characters such as Super Mouse and Mazinger Z, alongside other pop culture characters such as Marilyn Monroe and Donald Trump? Well, that is what the Navarrese artist Javier Melús does, who well represents this Peterpanesque spirit. The paper analyzes three paintings by Melús, which reflect the challenge of the aesthetic-ecological forces to make everyday life a new culture. After Melús, it concludes, art can prove that it is indispensable.

Key words: Everyday life; Culture; Ecology of display; Aesthetics; Happiness; Artwork

Agradecimientos

A la generosidad de Javier Melús por aceptar ser parte de este proyecto, pero sobre todo por hacernos tan felices con su universo infinito de íconos pop.

Autor/ Author

Leopoldo E. Tillería Aqueveque
Universidad Bernardo O'Higgins
(UBO)

Ciudad: Santiago de Chile, Chile

ORCID ID: 0000-0001-

5630-7552

Correo: leopoldotilleria@gmail.com

Recibido:

Aprobado:

Publicado: 08/07/2025

1. Introducción

En plena era del post-posmodernismo, pudiésemos perfectamente arriesgar la tesis de que dentro de todos los ámbitos que conforman la filosofía, la filosofía del arte ha quedado relegada, si no al último, al menos a uno de sus lugares posteriores. Sólo por nombrar algunas de sus ramas, la filosofía de la mente y la filosofía de la tecnología parecen ocupar hoy un lugar preponderante en los libros, papers y conferencias dedicadas a la “cuestión filosófica” (López, 2012; Carmona, 2019; Aguilar & Chamba, 2019; Tillería, 2021; Eguiguren, 2024). Precisamente, coincidimos con Griffero (1999) en cuanto a que la misma metáfora de F.W.J. Schelling acerca del arte como “piedra angular” del edificio filosófico, traducida en que el propio arte haría posible la filosofía, induciría también a constatar parojojalmente que el arte se vería obligado a presuponer a la filosofía, resultando, por ende, absolutamente condicionado a ella.

Más allá de resistir la crítica a un cierto anacronismo de nuestra parte –el del retorno al romanticismo de Schelling–, lo que se pretende en este trabajo es restituir el papel esencial de la filosofía del arte en la comprensión y teorización de la obra, considerando que la estética, como disciplina filosófica, constituiría un dominio cuya preocupación excede el fenómeno artístico, para orientarse, con algún privilegio, hacia otras expresiones de la sensibilidad, v.g., la estética del juego (Holzapfel, 2011; Díaz, 2012), del erotismo (Holzapfel, 1998; Matamoros, 2017), de la literatura (Fielbaum, 2021), de la naturaleza (Torres, Contrera, Gutiérrez & Suárez, 2020), de lo monstruoso (Sánchez, 2023) o, incluso, de la残酷 (Castro, 2019).

Al respecto, el post-posmodernismo puede entenderse como aquel paradigma que “vino a enfocarse, entre otras cosas, en la moda y el consumo [...], poniendo en duda la tendencia de las teorías establecidas para centrarse en problemas ligados a la producción, para operar con una inclinación productivista. Además, tendió a enfocarse sobre la aparentemente trivial periferia (por ejemplo, la moda) más que sobre problemas más fundamentales y ‘serios’ (por ejemplo, el trabajo) del interés de los teóricos modernistas” (Ritzer & Yagatich, 2012, como se cita en Alfaro, 2014, 104).

Otra forma de definir post-posmodernismo es como “[...] el adelgazamiento de la razón y su identificación con una particularidad que le permite encarar los retos del mundo tecnológico de la segunda década del siglo XXI, [y que] se esté de acuerdo o no con la etiqueta semántica que le da nombre, pone en evidencia que hoy nos insertamos en una historia que aparece caracterizada por una multiplicidad irreductible de tiempos, de ritmos y de recursos evolutivos que se enriquecen, se modifican y se interullan variadamente”¹ (Pallarès & Chiva, 2018, 841-843).

La post-posmodernidad es el periodo donde situaremos nuestra observación. Por cierto, las implicancias del *pop art*, como manifestación estética tardo-moderna y post-posmoderna (Rauschenberg, 2019; Mir, 2024) o, si se quiere, como hijo predilecto del post-posmodernismo, dan la impresión de estar a la orden del día, no sólo en aquellos lugares en que uno esperaría que fueran exclusivos de la exposición de las obras de arte (museos, muestras y colecciones), sino virtualmente en la mayoría de los espacios (públicos o no) en los que el arte y el diseño tienen la libertad de mostrar su experiencia estética o sensible: desde los muros en las calles hasta los Blogs de internet. Todo

esto, por supuesto, entendiendo al *pop art* como aquel movimiento inspirado en la estética de la vida cotidiana y en los bienes de consumo (v.g., objetos culturales mundanos, anuncios publicitarios, libros de cómics, celebridades, el mundo del cine), y que habitualmente utiliza la ironía como medio de expresión (Seminario, 2022).

No debiera, pues, resultar curioso que la perspectiva de la filosofía del arte escogida para enmarcar nuestra reflexión sea precisamente la de Peter Sloterdijk, filósofo contemporáneo y excatedrático de estética en la Escuela de Arte y Diseño de Karlsruhe. La abundante producción ensayística y filosófica de Sloterdijk queda, por de pronto, refrendada en su *Crítica de la razón cínica* (1983), *El pensador en escena. El materialismo de Nietzsche* (1986), y en su trilogía *Esferas* (*Esferas I*, 1998; *Esferas II*, 1999; y *Esferas III*, 2004), una especie de filosofía de la historia y de nueva ontología del mundo, pero juntas. Sin embargo, como veremos en el siguiente apartado, lo sustancial del pensamiento de Sloterdijk sobre el arte actual está en su texto de 2007, *El imperativo estético*, donde se plantea una contundente crítica a lo que el germano denomina el actual «sistema del arte».

El artículo consiste en una suerte de hermenéutica de la obra del artista visual español, Javier Melús², un exponente, por así decir, puro del *pop art*. De este modo, se han elegido tres de sus cuadros a fin de poner a prueba nuestra hipótesis de trabajo, que establece que el *pop art* de Melús satisface propiamente las características de lo que debiese representar el arte frente a lo que Sloterdijk (2020) identifica como el imperativo estético de la posmodernidad. El mismo pintor navarro nos entrega una primera aproximación a su iconografía: “Yo tengo una edad en la que me crié con los dibujos animados en el salón de casa y esa impronta ha quedado en mí. Tengo un complejo de Peter Pan por ahí un poco acusado también; y me gusta el mundo de la Marvel, de los superhéroes, dibujos animados, Walt Disney, la moda, la música, el cine, el diseño gráfico, el cómic. Bueno, pues todo se procesa y el resultado es este [la muestra de Melús en Logroño]” (7 Rioja TV, 2022, 2m10s)³.

El escrito se divide en seis secciones: introducción; una especie de marco teórico que sintetiza la idea de imperativo estético en Sloterdijk; una breve digresión sobre la historia del *pop art*; el desarrollo del artículo mediante la revisión de las tres obras del artista español: *Olivia* (2022); *Minion y Gagarin* (2019); y *Bubble Lisa* (2022)⁴, conclusión, y referencias bibliográficas.

2. El arte futuro de Sloterdijk

En cierto modo, la teoría estética de Sloterdijk confronta lo que el filósofo de origen neerlandés llama sistema del arte con aquel arte que se oculta tras su idea de imperativo estético. En primer lugar, digamos que el sistema del arte en *El imperativo estético* es, a fin de cuentas, la industria moderna del arte, es decir, aquel modo de producción, exposición y consumo de la obra en el que lo que cuenta como lo primordial es justamente la forma de valor de aquéllo. Este arte, al que Sloterdijk (2020) califica como crepuscular, no es otro que el arte propio de las colecciones, de las galerías y de los museos, un arte cuya obra apenas tiene presencia. Es el arte de la *Belle Époque* moderna:

El arte ya no ve en el virtuosismo su condición absoluta. [...] Las fuerzas artísticas ya no reconocen en el dominio técnico de los medios a sus aliados naturales. La capacidad de ser feliz se ha distanciado de las potencias estéticas que se muestran. Esta brecha data ya de mucho tiempo antes; refleja cambios complicados en las alianzas de las energías burguesas que han transformado el mundo. Las campañas por la felicidad de la era moderna también conocen sus desertores, sus heridos, sus logreros, sus agentes dobles (Sloterdijk, 2020, 348).

El arte de esta época, digámoslo así, de oscurantismo estético, pareciera que ha pagado un precio muy alto por el privilegio de ocupar la primera línea en los frentes de exhibición. Todo ese artilugio de maquinaciones comerciales y de curadores con “aire de familia” artístico, toda esa epopeya de lograr las primeras publicaciones entre muestras de museos y colecciones no ha hecho sino opacar, cuando no desintegrar, la capacidad artística de los mismos poderes creadores. De esta forma, la *Belle Époque* moderna se ha convertido en aquella tendencia obligada a mostrar solamente lo “segundo mejor”. En efecto: “Desde hace mucho tiempo, la exposición se ha desintegrado en varias cosas: la colocación de fetiches, la oferta de valor y la exhibición de una filosofía acompañante” (Sloterdijk, 2020, 348).

Las obras resguardadas por la *Belle Époque* han quedado como a medio camino entre el lugar preferente, por llamarlo de alguna manera, de una “belleza pública” (catálogos, internet, calles, medios de comunicación) y aquel espacio regentado por los poderes sacros del arte, esto es, ese lugar destinado sólo a las piezas “únicas”, a los tesoros “escondidos”. Ni lo uno ni lo otro, plantea Sloterdijk (2020). Es como si el arte moderno se tratara de obras que han tenido la mala suerte de permanecer flotando en el limbo a la espera de un rey Midas que las convierta en oro. Como sea, los custodios de este arte fluctuante no dejan de perseguir en la obra (cuálquiera sea su estilo, técnica o exponente) la expresión de su valor máximo. Pero la *Belle Époque* moderna necesita de sus «lugartenientes» para promover el incremento del valor de las piezas de arte. Pues bien, estos modos de sincronización del capital asociado al arte son dos, afirma Sloterdijk (2020): el museo historizante y la exposición actualizadora, donde su misión es justamente la de compendiar el mundo como un solo orden de valores (máximos, se deduce).

Algo más sobre la noción de museo en la tardo-modernidad. Contra la idea de sentido común que ve en el museo algo así como una necrópolis de las obras destinadas a ser vistas por anacrónicos amantes de las exposiciones, y que compartirían con las demás obras archivadas una especie de nichos para sus enmarcados, Sloterdijk (2020) más bien considera al museo un virtual cielo terrenal para objetos sobrantes. Un concepto, por de pronto, menos lúgubre que el de cementerio. Sin embargo, por mucho que de mítico tenga la analogía del filósofo teutón, no deja de ser relevante ponderar la función, como quien dice, exótica del museo: “Visto desde una perspectiva más griega que cristiana, el ingreso en una colección supone para las cosas el viaje al Hades, donde se reúnen en sórdidos sótanos con otras famosas y anónimas para habitar entre sombras por toda la eternidad. [...] Donde el propio cielo de las cosas se convierte en morgue, queda al descubierto el núcleo xenológico del museo. El objeto muerto exhibido transmite el mensaje central del museo moderno: hay cosas extrañas sin solución en el mundo” (Sloterdijk, 2020, 304-305).

¿Cuál es, entonces, el arte del imperativo estético? Seguramente esta sea la pregunta más decisiva de este trabajo. Antes, sin embargo, conviene revelar que el imperativo estético que Sloterdijk (2020) preconiza realmente no existe. Es más bien un recurso literario que el pensador alemán utiliza con su acostumbrada ironía y desparpajo teórico. Como bien observa Weibel en el epílogo al texto de nuestro filósofo: “Sloterdijk quiere sacarnos de este paréntesis de doscientos años de alianza entre la ética y estética, de imperativos categóricos y estéticos” (Sloterdijk, 2020, 426). Y agrega algo fundamental: “Los escritos de Sloterdijk demuestran que este imperativo estético, que hasta cierto punto estuvo secretamente presente en todas las estéticas existentes, no puede existir, lo cual desarma a la modernidad” (Sloterdijk, 2020, 422).

En otras palabras, todo posible imperativo estético frustra cualquier experiencia estética genuina, pues el goce estético requiere, si entendemos bien a Sloterdijk (2020), de la máxima libertad para poder experimentarse.

De tal modo que todas las prescripciones o mandatos, sean del origen que sean, lo único que hacen es cercenar la posibilidad real de la experiencia estética. No hay, entonces, ninguna analítica de lo bello (Kant, 1992), ninguna perfección del conocimiento sensible (Baumgarten, 2000), ninguna verdad oculta del mito (Schlegel, 2018) ni menos todavía un arte abarcador de las formas de las enajenaciones de la sustancia absoluta (Hegel, 2006), que pueda responder a una estética del futuro. Según esta idea, las siguientes serían las condiciones de la obra que para Sloterdijk (2020) garantizarían una auténtica experiencia estética o, dicho en buen romance, determinarían el arte del futuro en completo desarraigo de cualquier imperativo estético.

1º. Hay una cualidad natural del ser humano que posibilita el culto de las artes. Dicha cualidad es la esperanza humana y religiosa que los artistas depositan en su poder creador, vale decir, en su genialidad. Y aquí yace una cuestión, en nuestra opinión, sumamente relevante para definir el valor intrínseco de la obra, una cuestión que probablemente nadie –excepto Aristóteles y Kant– ha considerado como uno de los rasgos capitales del arte: nada menos que el de ser feliz. Como lúcidamente advierte Sloterdijk: “Ello encierra la promesa de que los hombres siempre serán capaces de obligarse a producir ellos mismos las condiciones de su felicidad” (2020, 345). Añade el de Karlsruhe:

El derecho al arte deriva solamente de las fuerzas humanas que llaman a crear su propia felicidad. La felicidad se llama a sí misma; promoviéndose ella sola, se refuerza, y su fuerza la hace sentirse feliz. Del magnetismo de la felicidad depende finalmente la capacidad de irradiación de la potencia moderna. Es la atracción de la felicidad lograda, con cuya ayuda el poder vivir trasciende el tener que vivir. Así es como el juego entra en la vida y hace de ella algo más que sólo una carga. El arte es la tendencia antigravitatoria; traspasa el umbral del «debes» al «puedes» (Sloterdijk, 2020, 346).

2º. Esta misma confianza humana y religiosa se convierte en el desafío de las fuerzas estético-terapéutico-ecológico-neorreligiosas llamadas a impulsar –corpórea y conscientemente– una nueva cultura, más allá de las fuerzas productivas en juego o de una pseudo fantasía domesticada. Como dice el filósofo:

No es exageración afirmar que en esta alianza de arte, sanación y arte de vivir se decide un futuro de las sociedades occidentales. [...] Creo que, a la vista de estas tendencias [el dramático quebrantamiento de una sociedad regulada por la ética del trabajo], sólo las fuerzas productivas alternativas de la estética y la terapéutica, del arte de vivir neocínico y los grupos neorreligiosos no escapistas, serán capaces de desarrollar formas de vida soportables para aquellas nuevas mayorías que pronto acamparán fuera del mundo laboral tradicional (Sloterdijk, 2020, 386).

Aunque no es del caso detenerse en esto, es indudable la similitud del comentario de Sloterdijk (2020) con una de las tesis centrales de la estética del filósofo danés Søren Kierkegaard. En efecto, y como señala Roldán (2013): “La propia ambigüedad de Kierkegaard, y su ‘comunicación indirecta’, hacen que en la exposición de ‘lo estrictamente artístico’ se filtren caracterizaciones estéticas existenciales. En medio de los textos mencionados, y en otros, Kierkegaard elabora una teoría de la existencia humana en términos artísticos. Es decir, la decisión de tomar la propia vida como si fuera una obra de arte” (99).

3º. El arte puede probar que es imprescindible porque en el seno de la moderna cultura del entendimiento y la voluntad encarna la forma más significativa y mejor legitimada de acceder a la dimensión de la presencia mental (Sloterdijk, 2020, 396). O sea, nuestro filósofo verá en la producción y la contemplación de la obra, una capacidad reflexiva (incluida nuestra reflexión respecto de nuestra propia sensualidad como artistas o como espectadores) llamada a trastocar el yo estratégico en un yo centrado en la entrega y, por ende, más propio de la meditación.

4º. Esta nueva estética, que en ningún caso renuncia a su propósito original de generar el goce estético, se transforma -a través de un nuevo itinerario de conversión- en una nueva ecología del mostrar que hace necesarias nuevas reglas para la exhibición. Asevera Sloterdijk (2020): “Estoy seguro de que aquí se anuncia el comienzo de una nueva ecología del espíritu, y este anuncio no se presenta bajo la forma de una prognosis vacua o de los créditos de Never; Never and Company, sino como un crecimiento real de la inteligencia” (402). Se trata, pues, de accionar una inteligencia superior, una presencia mental en el seno mismo de la obra, que desactive las impertinencias y las ortodoxias (estéticas, culturales, psicopolíticas) “de una inteligencia tosca, estupefacta y atada a los egoísmos de la autoconservación estratégica” (403).

3. Breve digresión sobre la historia del pop art

Se parte de la definición del *pop art* citada más arriba, donde lo sustancial de este movimiento resultaba ser la inspiración en la estética de la vida cotidiana y en los bienes de consumo, conviene agregar que el *pop art* surge, en primer lugar, como una reacción al expresionismo abstracto (v.g., Jackson Pollock, Lee Krasner, Mark Rothko, Robert Motherwell, Arshile Gorky), que para los artistas pop aparecía como pretencioso y desmesuradamente intenso. De ahí que se pueda hablar de una confrontación entre lo épico y lo cotidiano:

El Pop-Art surgió a mediados de los años cincuenta en Inglaterra, pero desarrolló su potencial completo durante los sesenta en Nueva York, donde compartió, junto con el minimalismo las atenciones del mundo del arte. En el Pop-Art, lo épico se reemplazó por lo cotidiano, y lo producido en masa ofrecía el mismo significado que lo exclusivo; la separación entre «arte de élite» y «arte popular» estaba desapareciendo. Los medios de comunicación y la publicidad eran temas favoritos para las ingeniosas celebraciones de la sociedad de consumo que el Pop-Art creaba. Tal vez el mejor artista de este estilo, cuyas innovaciones han influido tanto el arte posterior, fue el norteamericano Andy Warhol (Beckett, 1995, 380).

La pintura de caballete ortodoxo, o más académica, tenía al frente a un rival que apostaba todas sus cartas a la simpleza y al colorido, pero especialmente a la creciente iconografía pop que en las décadas del cincuenta y el sesenta empezó a «descubrirse» en vitrinas, medios de comunicación, revistas de cómics, paredes de calles, mundo de las celebridades y del cine, marcas de alta gama y, por qué no decirlo, supermercados. Si a esto agregamos el *collage* -incluida la fotografía- como una de las técnicas predilectas de los emergentes artistas pop, tenemos el nacimiento de un nuevo mundo del arte, un mundo que, a diferencia del expresionismo abstracto, cuyo *leitmotiv* “eran los temas con carga moral, a menudo profundos y trágicos, a gran escala” (Beckett, 1995, 368), se centraba en la serialidad y el uso de diferentes formatos.

Parte de esta primera camada de artistas del arte pop fueron Roy Lichtenstein (quien habría realizado la primera obra de este estilo: *Blam*, en 1962), el ya comentado Andy Warhol, Jaspers Johns, David Hockney, Wayne Thiebaud, Richard Hamilton, Eduardo Paolozzi y, aunque su iconoclasia lo liberaría en un dos por tres de este calificativo, el propio Marcel Duchamp, impulsor del *pop art* con su famosa y controvertida escultura *Fuente* (un urinario hecho de porcelana y óleo presentado en 1917 en la Sociedad de Artistas Independientes en Estados Unidos, y del cual hoy se exhibe una réplica en el Museo Tate Modern de Londres).

Quisiéramos detenernos, paradójicamente, no en Warhol ni en Lichtenstein, superíconos del *pop art* estadounidense, sino en el pintor y escultor también norteamericano Jaspers Johns, cuya obra se hizo mundialmente conocida por la realización de una serie de banderas de los Estados Unidos:

Johns pinta representaciones de banderas, dianas, números o incluso mapas. Su intención es convertir la imagen en un objeto y para ello recurre a técnicas como la repetición seriada o la ampliación. En su obra *Flag* [1954] pinta un símbolo como es la bandera americana haciendo que el espectador se cuestione si se trata de una pintura o una bandera real. Después de todo, una bandera es una tela pintada. Aquí Johns hace un gran papel en la elección de la técnica de *Flag* y se decanta por la encáustica, que se trata de pigmento y cera fundida para aportar textura, combinada con óleo y *collage* en tela montada sobre madera (Salinas, 2021, 18).

¿Qué nos dice la obra de Jaspers Johns? Precisamente que la filosofía del *pop art* es carecer de una filosofía determinada; que la máxima libertad parece ser la única consigna del movimiento, siempre y cuando los íconos, *collages* y fotografías o los materiales de cualquier tipo que se utilicen (en el caso de Johns, encáustica, *collage*, óleo, tela, madera) o los distintos formatos y tamaños que se escojan para vaciar en

ellos las imágenes del artista, sean parte de la cotidianidad de la cultura pop de la época o, como otros prefieren decirle, de la cultura de masas.

4. **Lo cotidiano, lo peterpanesco, lo imprescindible**

Ahora bien, las obras de Javier Melús nos ponen de cara al fundamento estético del imperativo de Sloterdijk (2020). Por sobre su exitosa performance en salas de exposiciones, magazines, sitios especializados de internet y redes sociales, esto es, teniendo en cuenta su indiscutible valor expositivo y –nos atreveríamos a decir– la belleza de su arte, los cuadros del pintor navarro parecen ser el oxímoron del *pop art* contemporáneo y la amalgama casi perfecta del concepto sloterdijkiano de arte futuro. El punto es cómo corroborar esta suposición. La clave parece estar en el propio título de este acápite: «*Lo cotidiano, lo peterpanesco, lo imprescindible*», concediendo que tal como reza el manifiesto de Sloterdijk (2020) en el arte de Melús el goce estético permanece en el corazón de la experiencia estética. Esta atribución no tiene nada de baladí, puesto que, aparte de la de Sloterdijk (2020), son pocas las teorías que se atreven a conectar explícitamente, a guisa de la presentación de la obra, goce estético y felicidad.

En *Olivia* (Figura 1), lo primero que vemos es un encuentro, por así decir, de épocas. Ensayando una delimitación de símbolos y su cronología, podemos reconocer en la obra tres clases de figuras distintas (separadas esencialmente por el tiempo y por su naturaleza). En primer lugar, *Olivia*, la novia de *Popeye*, posando enamoradizadamente y ocupando casi todo el espacio de la pieza en la misma paleta de colores de la caricatura original. La delgaducha dama aparece flanqueada, en ambas esquinas inferiores, por sendos dibujos en monocolor de *Popeye el Marino*, reflejando, a ojos vistas, en quién está pensando la joven mientras su corazón prácticamente sale de su pecho. Se trata, es obvio, de los protagonistas de la famosa tira de dibujos animados de los años treinta.

En segundo lugar, y como trasfondo de *Olivia*, Melús ha viajado a lo más icónico de la moda de los noventa, para presentar en un primer plano y en su clásico tono dorado sobre fondo blanco el logo de la marca *Versace*⁵. Podrá resultar extraña esta relación entre una caricatura de los años treinta y el logo de una marca moderna de alta gama, sobre todo si este logo es literalmente la cabeza -estilizada, desde luego- de la Gorgona Medusa, el temible monstruo con cabellos de serpientes de la mitología griega. Sin embargo, si nos atenemos a la definición estricta de *pop art* dada por Seminario (2022), nos encontramos con que la combinación del cuadro se ha inspirado precisamente en un «objeto cultural mundano» (el logo de *Versace*) y en una «tira de cómic» (*doña Olivia*).

En tercer lugar, y por muy simples que parezcan, no deja de tener significancia la incorporación en la obra de dos emoticones (del amor, de enamorados o como quiera que se les llame) propios de los años 2000 y de la masificación de los chats privados y las redes sociales. Las dos figuritas, naturalmente, se mezclan con el corazón desbocado de *Olivia* y coinciden con el estado de enamoramiento de la coqueta señorita. No hace falta decir que ambos emoticones se integran al cuadro también como objetos culturales, en este caso, del mundo virtual. Detrás de todo esto, ninguna otra figura que se torne distingible; sólo una especie de fondo último

que da la impresión de ser una pared de cualquier calle del mundo, con unas manchas aleatorias y números en un azul desgastado y restos, en tonos rojizos, de alguna leyenda escrita con espray.

Si se piensa en Sloterdijk (2020), la *Olivia* de Javier Melús, o, mejor dicho, el pop art que representa la *Olivia* del artista navarro, no tiene problemas en mostrarse como prototipo de una nueva cultura, una tal que, como decíamos, comprime en una tabla llena de felicidad tres íconos de épocas distintas, haciéndose –como creación, como emoción, como intuición o, si se prefiere, como recopilación- un objeto artístico francamente imprescindible.

Figura 1. Olivia



Nota. *Olivia* (2022), [Pintura], por Javier Melús, técnica mixta sobre tabla, 100 x 130 cm.
(Melús, 2023).

Figura 2. Minion y Gagarin



Nota. Minion y Gagarin (2019), [Pintura], por Javier Melús, metacrilato y tabla, 70 x 50 cm.
(Melús, 2019).

La segunda obra, *Minion y Gagarin* (Figura 2), refleja en el universo de Melús seis símbolos de la cultura pop que, parafraseando al Kant de la teoría ética, han sido pintados en la obra... ¡porque sí! En efecto, y este no es un asunto que revista una jerarquía por capas o tamaños o épocas de las imágenes que componen la obra; estos seis íconos mediáticos parecen dispuestos en el único orden posible en una pieza genuina del *pop art*, es decir, en una distribución aparentemente aleatoria. Aunque, siendo fieles a la importancia que supone el título de la obra, concedamos que las imágenes del Minion y de Yuri Gagarin⁶ debieran ser -siguiendo ahora al Kant de la *Critica de la facultad de juzgar-* las ideas estéticas principales de la creación de Javier Melús.

Por lo mismo, y asumiendo el riesgo propio de una postura heterodoxa, creemos que el tipo de juego de ordenamiento de los íconos en *Minion y Gagarin*, de acuerdo con la teoría de los juegos de Caillois, parece ser el de *Mimicry*⁷, en el sentido de que las materialidades usadas por Melús son puestas en juego haciendo aceptar temporalmente una fantasía en la que todos (artista y espectador) juegan conscientemente a ser (crear, contemplar, sentir) un determinado personaje.

De hecho, según nuestro supuesto, son los propios materiales que Melús utiliza para crear su obra los que juegan la parte central del juego de *Mimicry*, convirtiéndose sobre la tabla y el metacrilato en los seis personajes de la pintura.

Reiteremos que el *Minion y Gagarin* hacen las veces de imágenes principales del cuadro, las que no por nada son las únicas que forman una unidad completa de línea y color. Como sea, es el rostro de Gagarin (con su casco blanco de astronauta vintage con las letras CCCP en rojo)⁸ el que nos llama más la atención. ¿La razón? Salvo que Gagarin haya sido el personaje de algún cómic pro-soviético (algo que no podemos afirmar), la del cosmonauta es la única figura de todas que no proviene del mundo de las caricaturas o del graffiti. Quizá, una manera correcta de decirlo sería sugerir que Gagarin es el único personaje trasladado a la obra desde la vida real.

El resto de los íconos de Melús son literalmente contornos de dibujos animados hechos con la técnica del graffiti: Popeye (en líneas negras), Patricio, el amigo de Bob Esponja (en trazos azules), y abajo, un rostro alegre (¿o acaso sorprendido?) de la Pantera Rosa (en líneas rosadas). Sin embargo, abajo, casi saliendo del cuadro, Melús parece incorporar, por decirlo de algún modo, a un ícono rutilante del espray. Se trata del conocido oso panda con dos pistolas pintado con la técnica del estarcido⁹ por el enigmático Banksy, artista (o colectivo de artistas) de la escena underground contemporánea y cuya verdadera identidad se desconoce.

La pregunta es entonces, para seguir dentro de la definición de *pop art* que hemos recogido, ¿representa Banksy y sus trabajos en aerosol (la mayoría de ellos hechos en paredes, edificios y casas abandonadas) una expresión auténtica de la estética cotidiana? La respuesta es un tajante sí, si tenemos en cuenta la correspondencia de sus grafitis con el concepto post-posmoderno de *Everyday Aesthetics*¹⁰, en especial con la idea de una «nueva descripción de la ciudad».

La presencia de una realización de Banksy en la obra de Melús, no significa otra cosa que el arte del pintor español (en pleno corazón de la cultura moderna del entendimiento y la voluntad) encarna, como apunta Sloterdijk (2020), la forma mejor legitimada de acceder a la dimensión valga la redundancia, de la presencia mental. Por eso es necesario citar nuevamente al alemán: “Desde el arte no hay mucha distancia

a lo que en la jerga filosófica se llama conciencia descentrada, esto es, aquella forma de conciencia en la que el yo, centro estratégico del ser-en-el-mundo, se diluye en un estado de entrega sin un punto central” (Sloterdijk, 2020, 396).

¿Qué representa, luego, *Minion* y *Gagarin* sino esta conciencia descentrada del artista, es decir, aquella forma de conciencia en la que el yo del pintor se diluye en un estado de entrega sin un punto central (esto es, en una obra en la que coexisten en un perfecto juego de Mimicry seis íconos de la cultura urbana)?

Quisiéramos cerrar nuestro comentario sobre esta pintura con dos puntos que no dejan de ser relevantes. El primero, nos permite aseverar que la estética del pintor navarro luce transformada en una nueva ecología del mostrar que hace patente nuevas reglas para la exhibición.

En efecto, estas nuevas reglas del mostrar hacen coincidir concepto y técnica, o, yendo a los fundamentos del arte occidental, *logos* y *techné*¹¹.

Figura 3. Bubble Lisa



Nota. *Bubble Lisa* (2022), [Pintura], por Javier Melús, técnica mixta sobre tabla, 100 x 130 cm. (Melús, 2023).

Ya que, sin tratarse ni mucho menos de un arte conceptual, la pintura de Melús consiste, dentro de esta especie de juego de Mimicry, en la presentación de seis íconos del mundo pop que, por sí mismos, significan algo: la sorpresa de la Pantera Rosa, la contracultura de Banksy, el “heroísmo” de Gagarin¹², en definitiva, lo cotidiano. Es decir, habría acá una suerte de convención de historias, una tal que haría posible, por medio del genio de Javier Melús, su disposición como personajes de una cierta anécdota¹³ del arte (cualquiera que esta sea). Correspondería, dicha anécdota, a una regla de la aleatoriedad.

Pero decíamos también que la propia techné mostraba la existencia de nuevas reglas para la exhibición. En este caso, expresada dicha “transgresión” en la realización de la obra sobre tabla y metacrilato, incluido el uso del espray. De pronto, la superficie del cuadro aparece convertida en una sólida y vidriosa pared, en la que un artista con alma de niño ha producido las condiciones de su propia felicidad. Conviene hacer explayarse al mismo Melús:

A mí me gusta siempre pintar en una superficie dura, que se asemeja a un muro, a una pared. Me encantaría coger un trozo de pared, un trozo de muro y llevarlo a mi casa para pintarlo. Siempre estoy arrancando carteles de la calle, porque me gusta incorporarlos a la obra, y siempre tiene un toque no grafitero, pero sí un poco urbano, una mezcla del pop art clásico con ciertos toques urbanos, y, bueno, este es mi mundo; [...] además, nunca he querido dar un mensaje concreto, nunca [...], es el espectador el que tiene que interpretar lo que yo pinto (OCCO Art TV, 2020, 1m44s).

El segundo punto ni siquiera pudiera llamarse pendiente, pues, hablando en derechura, es el corazón no sólo del pop art del artista navarro sino del pop art en general. Nos referimos a ciertos mensajes u objetos cualesquiera que están pintados por Melús a modo de persistencia de la cotidianidad. ¿Cuáles? El revólver del tamaño del propio Gagarin, los dos corazones (uno blanco y otro enteramente rojo) y la palabra UP (¡arriba!) pintada en verde espuma de mar en la clásica tipografía de esténcil. El fondo que imita una pared desgastada y rayada con grafitis sólo confirma el sentido simple y urbano del arte de Melús.

¿Hay algo nuevo o distinto que podamos decir de *Bubble Lisa* (Figura 3)? ¿Algo que no se haya dicho ya del pop art de Melús a propósito de las dos pinturas anteriores? Creemos que muy poco; por de pronto dos aspectos que nos parecen forzosos:

1º. Tras la imagen central de una extrovertida Gioconda, apreciamos, como quien dijera, un collage de la iconografía del pop. Es como cruzar en un cohete por toda la historia del siglo XX. Entre un montón de leyendas emborronadas que cubren cada milímetro del cuadro, divisamos al Tío Sam, a Marilyn Monroe, al gato Félix, a Goofy, a Hello Kitty, y los logos de Hermes y de Coca Cola.

2º. La transformación de la Gioconda en una Mona Lisa Pop es, probablemente, una de las mayores genialidades de Javier Melús. No sólo porque dota a la dama de Leonardo de un colorido abiertamente provocativo (v.g., el color del cabello, de sus ojos y de sus atuendos), sino porque muestra a la Gioconda –en la misma pose del Louvre- nada menos que haciendo un vistoso globo con el chicle que está mascando. Puro pop art.

5. Conclusión

Lo cardinal que habría que responder es si a lo largo de la investigación se ha confirmado nuestra hipótesis de trabajo, que sugería que el *pop art* de Javier Melús satisfacía las condiciones de lo que ahora podemos llamar “teoría” del arte de Sloterdijk. Sin entrar en una pormenorización prescindible, digamos que las tres obras de Melús que hemos observado forman parte de un estilo único e inagotable.

Inagotable, puesto que la iconografía disponible para la realización de las piezas del pintor navarro no se circumscribe a determinados personajes, marcas o artefactos que pertenezcan al mundo del arte pop, como sí ocurre, por nombrar a uno de sus mayores cultores, con los trabajos del estadounidense Roy Lichtenstein, centrados casi exclusivamente en las historietas de cómics. La obra de Melús se alimenta de todo aquello que quepa en la palabra cotidianidad: calles, paredes pintadas o rayadas con grafitis, cómics, cine, marcas, obras de arte, objetos de uso diario, celebridades, monumentos y un largo etcétera. Y único, porque la libertad estética que inspira a Javier Melús le permite la creación de pinturas donde los linderos entre un ícono y otro (v.g., Goofy y Marilyn), entre la combinación o contrastes de colores posibles (el azul y el gris del cabello de la Gioconda), y entre las técnicas y materiales que parecieran ser la esencia de su *pop art* (madera, carteles, acrílico, esténcil, espray, rotuladores, metacrilato), literalmente se esfuman en el mismo aire que rezuma los olores de los pinceles y de los envases de aerosol que utiliza.

Volviendo a Sloterdijk (2020), constatamos que las obras del pintor navarro satisfacen, en mayor o menor medida, el manifiesto del arte del filósofo germano. Ciertamente, si nos atrevemos a denominar al *pop art* de Melús –con un guiño al concepto de «nueva cultura»- como neo *pop art*, digerimos con mayor facilidad y, lo que es trascendental acá, con mayor felicidad, las mezclas virtualmente aleatorias de épocas, íconos, leyendas, colores y técnicas usadas por el español. ¿O, acaso, no nos hace felices ser transportados por sus imágenes a otros momentos de nuestras vidas (la infancia o la adolescencia, seguramente) y ver convertidas en obras de arte aquellas caricaturas o superhéroes que sólo veíamos en revistas o en televisión durante algunas pocas horas a la semana?

Por lo mismo, y así como lo piensa el propio Melús, somos nosotros, los espectadores, los llamados a interpretar su arte pop. Además, su espontaneidad en el crear deja fuera cualquier intención o mensaje *a priori* que sus obras puedan transmitir. Se diría que en nosotros radica el acceso a la dimensión de la presencia mental que inspira su arte, de la resignificación de su obra. A partir de este momento, el *pop art* de Melús y su espíritu peterpanesco se nos hacen imprescindibles y adquieren la forma de una perfecta igualación entre la estética de las (nuevas) reglas y la libertad de expresión, entre la disciplina de la técnica y el libre juego.

A esta nueva ecología del mostrar estético, cuya presencia mental renuncia a todo tipo de forzamiento conceptual, Melús corresponde, como en una caricatura de la Pantera Rosa y el Inspector Clouseau, con la apabullante trivialidad de la vida cotidiana, dejando simplemente que las cosas sucedan.

Notas

¹ Los corchetes son nuestros.

² Como el mismo artista lo confiesa: “En la actualidad, mis cuadros son el reflejo de mi vida: [...] infinidad de iconos de la cultura Pop, todo es procesado y plasmado en mis creaciones. Cuadros con una gran carga visual en los que la ironía, el humor y la ambigüedad están muy presentes; no hay en ellos un mensaje determinado, lo cotidiano es lo verdaderamente importante” (Melús, 2022). Javier Melús toma elementos emblemáticos de la cultura popular y los redefine en su obra, inyectando una nueva energía y atractivo visual en sus imágenes, haciéndolas familiares y reconocibles. Su trabajo es accesible y fácil de entender, lo que lo ha convertido en uno de los artistas pop art más demandados hoy. La obra del pintor navarro es emocional, vibrante y sorprendente. Sus creaciones son una reflexión sobre el arte en la era digital y un homenaje a los iconos de la cultura contemporánea, capturando el estilo del *pop art* de manera auténtica y personal. Ahora, después de varios años de exposiciones y ferias nacionales e internacionales, su obra está presente en más de 20 países (Ayuntamiento de Estepona, 2024). En la web, Javier Melús está en: <https://javiermelus.es/>. En FB: Francisco Javier Melús López <https://www.facebook.com/franciscojavier.meluslopez>. En IG: @javiermelus.

³ Los corchetes son nuestros.

⁴ Javier Melús ha autorizado por escrito, vía correo electrónico, el uso de las tres imágenes de sus obras que se presentan en este artículo.

⁵ Decimos que el logo está diseñado en su clásico color dorado con fondo blanco, pues, como la mayoría de las marcas a nivel global, Versace dispone de un variado número de logos en diferentes texturas y colores, dependiendo de las plataformas donde éstos serán mostrados. Así, por ejemplo, existe en las mismas líneas doradas del rostro de Medusa y del nombre de la marca, pero con fondo negro; o en líneas negras con fondo blanco; o, haciendo trizas las leyes del diseño, en una mezcla de amarillos, verdes, naranja, celeste y burdeos, en el cabello y el cuello del monstruo, y azul piedra en su cara. Como se ha asegurado: “El logotipo es simplista y carece de una combinación de colores específica, lo que significa que puede incorporarse fácilmente a cualquier prenda de vestir sin desentonar con la propia combinación de colores de la ropa. Al parecer un diseño de la antigua Grecia, el logo de Versace es capaz de transmitir la idea de que la ropa de Versace es intemporal y casi mitológica en su diseño, algo que los propios dioses y héroes griegos podrían haber llevado” (Antonio B., 2021).

⁶ El cosmonauta soviético Yuri Gagarin fue el primer hombre en viajar al espacio exterior, en 1961 a bordo de la nave Vostok 1.

⁷ En los dichos del mismo Caillois (1958): “La mimicry es incesante invención. La regla del juego es única: para el actor consiste en fascinar al espectador, sin que una falta lleve a éste a negar la ilusión; para el espectador, prestarse a la ilusión sin recusar del primer impulso el decorado, la máscara, el artificio al que se le invita a dar crédito, por un tiempo determinado, como una realidad más real que lo real” (41).

CCCP es el acrónimo de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas de acuerdo con su nombre en ruso: Союз Советских Социалистических Республик.

⁸ El estarcido es una técnica de impresión que consiste en reproducir sobre una superficie un motivo de forma repetitiva o no, con la ayuda de una plantilla. De esto se sigue que los temas para estarcir son infinitos; sólo hay que elegir un dibujo con contornos muy precisos y detalles definidos. Asimismo, su facilidad de adaptación permite aplicarla a cualquier superficie, utilizando las pinturas adecuadas en función del material sobre el cual se va a estarcir: acrílicos, óleos, pintura de tela, paredes, etc. (Plaza Lezica, 2020).

⁹ “Sabemos que este arte urbano [el graffiti] es una de las mayores explosiones en cuanto a diversidad cultural, política y estilística, y que, por lo común, representa [...] una explícita crítica contracultural. [...] Ícono del graffiti es la contestataria ‘serpiente gris’, físicamente adosada al muro que separa a Israel de Cisjordania y ejemplo vivo del rechazo que esta construcción despierta en buena parte de la comunidad internacional. Como queda aquí insinuado, una de las mayores virtudes de la Everyday Aesthetics es la de transformar el estatus de algunas prácticas ‘fronterizas’ y alinearlas de lleno en una concepción de arte cotidiano, sea este o no urbano. Y esto, a propósito de insistir en la valoración del movimiento político que simultáneamente implica la Everyday Aesthetics, para el caso, transformando el sentido de una técnica como el graffiti (por lo general asociada al vandalismo, la delincuencia y los guetos de violencia) en la idea de una ‘nueva descripción de la ciudad’, donde lo incuestionable de dicho arte viene a ser justamente su presencia e identidad callejera” (Tillería, 2023, 139-140).

¹⁰ Para los efectos de este trabajo, nos ha parecido más conveniente, dentro de numerosas posibilidades, usar la siguiente definición de *techné*: “Debido a su tendencia de origen hacia la producción, la *techné* pertenece a la esfera de la poiesis, por tanto, la noción de *techné* debería entenderse a partir de sus características en tanto producción *poietica*. En este sentido, la *techné* podría ser pensada como una producción que permite el desvelamiento de la verdad en el paso del no-ser hacia la presencia, a partir de las posibilidades que permite el dominio del conocimiento racional de cómo se producen las cosas” (Zambrano, 2019, 43). O sea, una técnica que permite mediante su ejecución racional la aparición (producción, creación) de determinadas cosas, las que siempre serán verdaderas.

¹¹ Recordemos que el cosmonauta soviético recibió la mayor condecoración de la URSS, el título de Héroe de la Unión Soviética, también en 1961.

¹² Como sugiere el filósofo chileno Pablo Oyarzún (1996) en *El dedo de Diógenes*: “Sería la anécdota un hecho constituido por su presenciación, por su testificación; y quizás no sea incorrecto suponer que toda testificación, en cuanto a que trae lo sucedido a la sustancia de lo diegético, es – siquiera virtualmente- una operación anecdótaria. Y si a la anécdota le es esencial esta función del testificar, entonces es indeleble [...] la instancia de un tercero, un observador” (159). Con anécdota del arte, entonces, nos referimos a una especie de testificación pictórica que queda dispuesta indeleblemente para la sensibilidad del espectador. Es decir, a un concepto de la anécdota estética como gesta.

Bibliografía

- Aguilar, F. & Chamba, A. (2019). Reflexiones sobre la filosofía de la tecnología en los procesos educativos. *Revista Conrado*, 15(70), 109-119. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442019000500109
- Alfaro, R. (2014). Post-Posmodernismo. *Revista Reflexiones*, 93(2), 103-113. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/reflexiones/v93n2/a08v93n2.pdf>
- Antonio B. (11 de noviembre de 2021). *El logo de Versace. Su historia y secretos*. The Color. <https://thecolor.blog/es/logo-de-versace/>
- Ayuntamiento de Estepona (26 de enero de 2024). *Exposición Pop Art de Javier Melús*. <https://cultura.estepona.es/exposicion-pop-art-de-javier-melus/>
- Baumgarten, A. G. (2000). *L'estetica* (F. Caparrotta, Trad.). Aesthetica. (Trabajo original publicado entre 1750-1758).
- Beckett, W. (1995). *Historia de la pintura* (R. Cano, Trad.). La Isla.
- Caillois, R. (1958). *Teoría de los juegos* (R. Gil, Trad.). Seix Barral.
- Carmona, R. (2019). Materialismo reduccionista y materialismo eliminativo: dos posturas en filosofía de la mente. *Academo*, 6(2), 164-177. <https://doi.org/10.30545/academo.2019.jul-dic.6>
- Castro, F. (2019). *Estética de la残酷*. Fórcola.
- Díaz, S. (2012). Deleuze y la subjetividad lúdico-estética. *Saberes. Revista interdisciplinar de Filosofía e Educação*, 1(7), 87-99. <https://periodicos.ufrn.br/saberes/article/view/1919/o>
- Eguiguren, L. (26 de febrero de 2024). *Filosofía de la Tecnología*. Universidad de Piura. <https://www.udep.edu.pe/hoy/2024/02/filosofia-de-la-tecnologia/>
- Fielbaum, A. (2021). Una estética del genio: arte, literatura y modernismo en Carlos Vaz Ferreira. *Káñina*, 45(3), 225-250. <http://dx.doi.org/10.15517/rk.v45i3.49591>
- Griffero, T. (1999). ¿Por qué el arte y no, más bien, la filosofía? Notas marginales a la primera “estética” de Schelling. En G. Vattimo (Comp.), *Filosofía y poesía: dos aproximaciones a la verdad* (pp. 129-151). Gedisa.
- Hegel, G. W. F. (2006). *Fenomenología del espíritu* (M. Jiménez, Trad.). Pre-textos. (Trabajo original publicado en 1807).
- Holzapfel, C. (1998). *Lecturas del amor*. Universitaria.

Holzapfel, C. (2011). Fenómenos existenciales fundamentales de Eugen Fink: juego y muerte. *Revista de Filosofía*, 67, 201-214. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-43602011000100013>

Kant, E. (1992). *Crítica de la facultad de juzgar* (P. Oyarzún, Trad.). Monte Ávila. (Trabajo original publicado en 1790).

López, H. (2012). Cómo y por qué una filosofía de la tecnología. *Argumentos de Razón Técnica* (15), 111-124. <https://revistascientificas.us.es/index.php/argumentos/article/view/22637>

Matamoros, F. (2017). Ética, estética y erotismo en formas del deseo y lo religioso. Notas epistemológicas materialistas para una “sociología de interioridades”. *Tla-Melaua*, 11(43), 104-131. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-69162017000300104

Melús, J. (2019). [@javiermelus]. (16 de mayo de 2019). Javier Melús pop art, Madrid. 70 X 50, Técnica mixta sobre tabla y metacrilato. #popart #neopopart #exhibition #exposición #contemporaryart #artecontemporaneo #artwork [Pintura]. Instagram. https://www.instagram.com/p/BxhejevoAg/?img_index=1

Melús, J. (2022). *Mi historia*. <https://javiermelus.es/mi-historia>

Melús, J. (2023a). [@javiermelus]. (29 de agosto de 2023). Javier Melús pop art. “Olivia”, 130 x 100, Técnica mixta sobre tabla. Disponible en la exposición del Hotel ABBA Playa Gijón [Pintura]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CwhtdzLNTut/>

Melús, J. (2023b). [@javiermelus]. (26 de octubre de 2023). Javier Melús pop art, Madrid. 130 x 100, Técnica mixta sobre tabla. Disponible en exposición Audi Tartiere Oviedo hasta 15 diciembre [Pintura]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Cy3VokwtX74/>

Mir, P. (2024). *El pop art y su legado: reinterpretando la cultura popular*. <https://maseda-art.com/pop-art>

OCCO Art TV (10 de septiembre de 2020). *Javier Melús, Pop Art con alma de graffiti*—OCCO Art Gallery [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=onX3j3JSxD8>

Oyarzún, P. (1996). *El dedo de Diógenes*. Dolmen.

Pallarès, M. & Chiva, O. (2018). El lugar del individuo en la era post-postmoderna. Sociedad, educación y ciudadanía tras la postmodernidad. *Pensamiento*, 74(282), 835-852. <https://doi.org/10.14422/pen.v74.i282.y2018.004>

Plaza Lezica (28 de abril de 2020). *Estarcido*. <https://plazalezica.com.ar/2020/04/28/estarcido/>

Rauschenberg, N. (2019). Entre el cine y la serigrafía: para una biografía sociológica de Andy Warhol. *Tempo Social*, 31(1), 301-321. <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2019.133761>

Roldán, D. (2013). Kierkegaard y la autonomía del arte. *Teología y cultura*, 15, 91-100. <https://>

teologiaycultura.ucel.edu.ar/kierkegaard-y-la-autonomia-del-arte/

Salinas, C. (2021). *El Pop Art: Historia de un movimiento artístico* [Tesis de grado no publicada]. Universidad Miguel Hernández.

Sánchez, M. (2023). Consideraciones para una estética monstruosa en el horror corporal de Julia Ducournau: un análisis desde la otredad y la subversión. *Tsantsa, Revista de Investigaciones Artísticas* (14), 105-119. <https://doi.org/10.18537/tria.14.01.08>

Seminario, V. (11 de enero de 2022). Pop art o Arte pop, movimiento que exalta la vida cotidiana. *Saisho Magazine*. <https://saishoart.com/blog/pop-art-o-arte-pop-movimiento-que-exalta-la-vida-cotidiana>

Schlegel, A. (2018). *Poetische Werke*. Sagwan Press. (Trabajo original publicado en 1811).

Sloterdijk, P. (2020). *El imperativo estético* (J. Chamorro, Trad.). Akal. (Trabajo original publicado en 2014).

Tillería, L. (2021). Victoria pírrica: Fodor y la explicación científica de una psicología de sentido común. *Aufklärung*, 8(1), 23-32. <https://doi.org/10.18012/arf.v8i1.57480>

Tillería, L. (2023). Después de Baumgarten: la pop estética como manifiesto posmoderno. *Griot: Revista de Filosofía*, 23(1), 134-143. <https://doi.org/10.31977/grirfi.v23i1.3221>

Torres, H., Contrera, M., Gutiérrez, I. & Suárez, L. (2020). Lo estético como una dimensión esencial del hombre ante el medio ambiente. *Conrado*, 16(77), 184-194. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000600184

Zambrano, H. M. (2019). Las nociones de poiesis, praxis y techné en la producción artística. *Índex, revista de arte contemporáneo* (7), 40-46. <https://doi.org/10.26807/cav.voi07.221>

7 Rioja TV (08 de septiembre de 2022). *Javier Melús Pop Art* [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=gwIRgCH113A>

Para citar este artículo:

Tillería Aqueveque, Leopoldo. (2026). El pop art imprescindible. Javier Melús, espíritu peterpanesco. En Azur. Revista Centroamericana de Filosofía. Vol. 7 (14), enero-junio 2026: 17-35z. Accesible en: <https://azurrevista.com/wp-content/uploads/2026/01/El-pop-art-imprescindible.-Javier-Melus-espiritu-peterpanesco.pdf>