



Andy Warhol y el Pop Art: la revolución de la cultura de masas

Andy Warhol and Pop Art: the revolution of mass culture

Mayli Inocente Ramos

mayli.inocente@unmsm.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0003-0561-5530>

Carmen Zavaleta Laredo

carmen.zavaleta1@unmsm.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0005-7585-198X>



Trabajo presentado para el curso “Arte del siglo XX”
dictado por el Mag. Luis Ramírez en el semestre 2025-II



<https://doi.org/10.30920/azul.v2.n2.1>



RESUMEN

La presente investigación analiza la figura de Andy Warhol y el movimiento Pop Art como una revolución de la cultura de masas que transformó la relación entre arte y consumo. Desde un enfoque histórico-interpretativo, se examina el contexto de posguerra y las principales características del movimiento, así como la apropiación de imágenes mediáticas y la reproducción seriada. Asimismo, se estudia la construcción de Warhol como “artista-marca” a través de The Factory. El análisis de obras emblemáticas revela las claves de su propuesta: *Green Coca-Cola Bottles* (1962) reflexiona sobre la estandarización del deseo; *Brillo Box* (1964) disuelve los límites entre arte y mercancía; el *Díptico de Marilyn* (1962) y *Elvis I & II* (1963) exploran la fama y la despersonalización mediante la repetición mecánica; mientras que *Silver Car Crash* (1963) expone la banalización de la tragedia en los medios. La aparente superficialidad en la obra de Warhol funciona como una estrategia crítica que evidencia la homogeneización cultural, la mercantilización de la imagen y el carácter efímero de la celebridad en la sociedad contemporánea.

Palabras clave: Andy Warhol, Pop Art, cultura de masas, serialidad, arte contemporáneo.

ABSTRACT

This research analyzes Andy Warhol and the Pop Art movement as a revolution in mass culture that transformed the relationship between art and consumption. From a historical-interpretative approach, it examines the post-war context and the main characteristics of the movement, such as the appropriation of media images and serial reproduction. It also studies the construction of Warhol as an “artist-brand” through The Factory. The analysis of emblematic works reveals the keys to his proposal: *Green Coca-Cola Bottles* (1962) reflects on the standardization of desire; *Brillo Box* (1964) dissolves the boundaries between art and merchandise; the *Marilyn Diptych* (1962) and *Elvis I & II* (1963) explore fame and depersonalization through

mechanical repetition; while *Silver Car Crash* (1963) exposes the trivialization of tragedy in the media. The apparent superficiality in Warhol's work functions as a critical strategy that highlights cultural homogenization, the commodification of the image, and the ephemeral nature of celebrity in contemporary society.

Keywords: Andy Warhol, Pop Art, mass culture, seriality, contemporary art.

1. Introducción

La presente investigación aborda la figura de Andy Warhol y el movimiento Pop Art, entendido como una revolución cultural de masas basada en las dinámicas del consumo y los medios de comunicación. En este contexto, Warhol surge como un visionario al incorporar estas características en su proceso creativo desde un enfoque banal y superficial, propio de la sociedad de consumo, convirtiéndose en un referente fundamental del arte contemporáneo.

Una de las características fundamentales del Pop Art es la ausencia de una pieza única e irrepetible. Por el contrario, se busca que las imágenes sean reproducibles y representen la realidad cotidiana, la cual está condicionada por estímulos rápidos, constantes y fácilmente consumibles. Se trata de un arte que no exige conocimientos especializados para ser apreciado, porque dialoga directamente con la experiencia colectiva y con la cultura visual que rodea a la sociedad.

Partiendo de ello, el objetivo de este trabajo de investigación es analizar la obra y el pensamiento de Andy Warhol, considerando tanto las interpretaciones críticas existentes como una lectura propia de las obras, para comprender cómo la banalidad de la cultura de masas se transforma en un recurso creativo dentro de su producción artística.

Para desarrollar este análisis, el trabajo se estructura de la siguiente manera: en el primer capítulo se examina el contexto que dio origen al Pop Art y las características principales del movimiento; en el segundo capítulo se presenta un recorrido por la trayectoria de Warhol, abordando la manera en que el artista construye su imagen como marca; y finalmente, en el tercer capítulo, se analizan

algunas de sus obras más representativas, incorporando interpretaciones y críticas realizadas por distintos especialistas, las cuales pueden coincidir o contrastar con las intenciones del propio Warhol.

2. El fenómeno Pop Art: contexto y características

El Pop Art surgió en Estados Unidos hacia finales de la década de 1950, en un contexto de importantes transformaciones sociales, económicas y culturales posteriores a la Segunda Guerra Mundial. La expansión de los medios de comunicación, el auge de la publicidad y el crecimiento acelerado del consumo modificaron la percepción del objeto cotidiano, permitiendo que elementos antes considerados banales adquieran valor artístico. Este capítulo examina el contexto histórico que posibilitó la aparición del movimiento y la manera en que este incorporó productos comerciales y elementos de la vida cotidiana dentro del lenguaje artístico.

2.1. De la posguerra a la sociedad de consumo

Al finalizar la Segunda Guerra Mundial, Europa quedó devastada económica y estructuralmente. En contraste, Estados Unidos emergió fortalecido, ya que su territorio no fue escenario directo del conflicto y su infraestructura industrial permaneció intacta. Además, durante la guerra su producción masiva de armamento y suministros impulsó la modernización de su aparato productivo y fortaleció su economía. Baudrillard (1986) describió a Estados Unidos como la “utopía realizada”¹, reflejando su hegemonía durante la segunda mitad del siglo XX, en donde se podía observar que entre 1945 y 1970 experimentó un crecimiento sin precedentes (p. 183).

1 Baudrillard utiliza la expresión “utopía realizada” para describir a Estados Unidos como la materialización histórica de los ideales modernos de progreso, consumo y movilidad, entendidos no como promesa futura sino como realidad concreta dentro del capitalismo avanzado.

El Plan Marshall (1948) permitió la reconstrucción europea y reforzó la consolidación del capitalismo occidental². Paralelamente, el debilitamiento cultural de Europa favoreció el desplazamiento del centro artístico hacia Nueva York, donde surgió el Expresionismo Abstracto, caracterizado por la introspección y la exaltación del gesto individual (Salinas, 2021, p. 4).

Paralelamente, el auge económico impulsó una cultura centrada en el consumo. La televisión, presente en la mayoría de los hogares estadounidenses hacia 1960, junto con la publicidad y la producción industrial, configuró una nueva cultura visual (Salinas, 2021, p. 6). En este escenario emergió el Pop Art (Martínez & Michelle, 2024, p. 4).

2.2. ¿Qué es el Pop Art?

El Pop Art surgió como reacción al carácter introspectivo y elitista del Expresionismo Abstracto. Incorporó anuncios, cómics, productos industriales y celebridades como materia artística (Salinas, 2021, p. 6). El término fue atribuido a Lawrence Alloway³, quien lo utilizó en los años cincuenta para referirse a la cultura popular.

El movimiento buscó derribar la distinción entre cultura “alta” y “baja” (Martínez y Michelle, 2024, p. 5). Técnicamente, incorporó métodos industriales como la serigrafía⁴, el collage y el fotomontaje. Según Hernando (1993), los artistas emplearon imágenes de los medios como punto de partida, reduciendo la subjetividad del gesto pictórico (p. 301). La repetición mecánica cuestionó la noción de originalidad.

2 El Plan Marshall no solo implicó asistencia económica, sino también una estrategia geopolítica destinada a frenar la expansión del bloque soviético durante la Guerra Fría y consolidar la hegemonía estadounidense en Europa occidental.

3 Alloway formó parte del Independent Group en Londres, colectivo que analizó críticamente la cultura de masas y sentó bases teóricas fundamentales para el desarrollo temprano del Pop Art británico.

4 Procedimiento de impresión y estampación en el que el motivo se dibuja en una malla muy fina, gralm. de seda o metálica, que se coloca sobre el tejido o superficie que se quiere imprimir, y sobre la que se aplica la tinta o pintura para que se filtre a través de ella. Cursos de serigrafía y técnicas artesanales de estampación (RAR, s/f).

2.3. Dos polos del movimiento

En el Reino Unido, Richard Hamilton fue pionero en reflexionar críticamente sobre la cultura de masas. Su collage *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?* (1956) sintetiza los símbolos del consumo moderno: electrodomésticos, cómics, marcas y cuerpos idealizados. Como señala Hernando (1993), la acumulación de estos objetos representa la identidad material de la sociedad desarrollada (p. 300). Hamilton no lo glorifica, sino que lo expone con ironía.

Figura 1

Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?,
R. Hamilton, 1956



Nota. Collage sobre papel, 26 × 24,8 cm. Kunsthalle Tübingen, Alemania.
Tomado de *Just what was it . . . ? : The art of Richard Hamilton* [Fotografía de la obra], por Artforum, 2012.

Por otro lado, en Estados Unidos, Roy Lichtenstein transformó viñetas de cómic en obras monumentales, utilizando puntos benday y colores industriales. Su reconocimiento estuvo ligado al apoyo del galerista Leo Castelli desde 1961

(Unurria, 2018, p. 5). Obras como *Whaam!* (1963) evidencian la apropiación del lenguaje gráfico comercial, convirtiendo imágenes populares en piezas museísticas (Martínez y Michelle, 2024, p. 15).

Figura 2

Whaam!, R. Lichtenstein, 1963



Nota. Técnica: óleo y pintura acrílica sobre lienzo, 172.7 cm × 406.4 cm.

Tomado de *Explorando ¡Whaam! por Roy Lichtenstein: un ícono del arte pop* [Imagen de la obra], por Singulart Magazine, 2024.

3. Andy Warhol: el artista como marca

3.1. Formación y trayectoria inicial

Andy Warhol, nacido Andrew Warhola en 1928 en Pittsburgh en una familia inmigrante eslovaca, pasó gran parte de su infancia en casa debido a problemas de salud, desarrollando interés por el dibujo y la cultura popular (Panizo, 2019, p. 26). En 1945 ingresó al Carnegie Tech y se graduó en diseño pictórico en 1949 (p. 27). Ese año se trasladó a Nueva York y trabajó como ilustrador comercial para revistas como *Glamour*, *Vogue* y *Harper's Bazaar*, experiencia que influiría decisivamente en su estilo basado en la reproducción de imágenes y la estética de masas.

A comienzos de los años 60, abandonó la ilustración comercial para desarrollar un arte propio de repetición y serigrafía, utilizando íconos mediáticos y productos de consumo, consolidando así su identidad artística en el Pop Art.

3.2. The Factory

The Factory fue el estudio de Warhol en Nueva York, activo desde 1962. Más que un taller, fue un espacio multidisciplinario donde se producían serigrafías, películas y eventos culturales (Panizo, 2019, p. 29). Allí el proceso creativo se industrializó: los asistentes participaban en la producción, cuestionando la noción del artista como genio individual.

El espacio reunió figuras de la escena cultural neoyorquina y fue escenario de filmes experimentales como *Sleep* (1963) y *Chelsea Girls* (1966) (Busselo, 2021, p. 22). También colaboró con la banda *The Velvet Underground*, diseñando la icónica portada de *The Velvet Underground & Nico* (1967). En 1968, Warhol sufrió un intento de asesinato por parte de Valerie Solanas, hecho que marcó un punto de inflexión en su vida y en la dinámica de The Factory (Salinas, 2021, p. 23).

3.3. Filosofía: arte, negocio y fama

La propuesta de Warhol integraba arte y negocio, considerando que la producción, comercialización y promoción eran parte inseparable de la obra (Kuptsova, 2022, p. 590). Sus técnicas de repetición seriada imitaban procesos industriales y cuestionaban el aura del arte único. Además, transformó la fama en material artístico, anticipando la democratización de la visibilidad mediática con su célebre idea de los “quince minutos de fama” (Gompertz, 2018, citado en Mena, 2022, p. 4).

Aunque frecuentemente se le atribuye una crítica profunda al consumo y la celebridad, Warhol no buscaba necesariamente un mensaje moral explícito. Su trabajo exponía la superficie de la cultura contemporánea, dejando que la interpretación surgiera del espectador. Su aparente superficialidad funciona

como espejo de la sociedad de masas y refleja cómo la fama y la imagen se vuelven reproducibles y manipulables.

4. Análisis de obras

En este apartado se abordarán algunas de las obras clave de Andy Warhol a partir de las lecturas interpretativas que han surgido en torno a ellas, más allá de la intención declarada del propio artista de evitar cualquier explicación o significado cerrado. Si bien Warhol insistía en la ambigüedad y en la supuesta “superficie” de sus imágenes, la crítica y la teoría del arte han propuesto múltiples enfoques que permiten comprender su producción como un sistema complejo de signos. Desde esta perspectiva, las obras seleccionadas se analizan como núcleos donde se ponen en juego cuestiones como la serialidad, la disolución de la autoría, la construcción de la fama y la dimensión crítica del imaginario del sueño americano.

4.1. *Green Coca-Cola Bottles (1962)*

En *Green Coca-Cola Bottles (1962)*, Andy Warhol produce una obra paradigmática del Pop Art (Figura 3), en la que emplea la técnica de serigrafía para replicar, en una composición seriada y ordenada en cuadrícula, la imagen de botellas de Coca-Cola vacías. Según Danto (2010), el arte pop se caracterizó por la apropiación de emblemas de la cultura popular y su transformación en arte al ser trasladados al espacio museístico, dotándolos de una nueva dimensión simbólica (p. 152).

La disposición meticulosa de las botellas, acompañada de ligeras variaciones en la saturación de tinta y en la impresión serigráfica, funciona como un símil de la producción industrial y, simultáneamente, como un indicio de singularidad dentro de la repetición. En este sentido, la obra puede relacionarse con las ideas de Walter Benjamin (2003), quien señalaba que “La técnica de reproducción [...] separa a lo reproducido del ámbito de la tradición. Al multiplicar sus reproducciones, pone, en lugar de su aparición única, su aparición masiva” (p. 44). A partir de esta lógica de reproducción mecánica, Warhol aproxima la obra al lenguaje visual de la cultura comercial y cuestiona la noción tradicional de autenticidad artística.

Igualmente, Warhol sostenía que “los consumidores más ricos compran esencialmente lo mismo que los más pobres” y que “una Coca-Cola es una Coca-Cola y ninguna cantidad de dinero puede conseguirte una Coca-Cola mejor que la que bebe el mendigo de la esquina” (Warhol, 1975, citado en Brady, 2019, párr. 3). Con esta declaración, el artista presentaba la Coca-Cola como un símbolo aparentemente universal, accesible a todas las clases sociales, de modo que pone en evidencia los procesos de estandarización cultural vinculados a la expansión global del mercado.

En este sentido, la obra mantiene vigencia en la actualidad debido a la expansión global que ha alcanzado Coca-Cola como marca y símbolo visual. Lo que en la década de 1960 representaba un emblema de la cultura estadounidense se ha transformado, durante el siglo XXI, en una imagen reconocible a escala global e integrada en múltiples espacios de la vida cotidiana.

Figura 3

Green Coca-Cola Bottles, A. Warhol, 1962



Nota. Acrílico, serigrafía y lápiz grafito sobre lienzo, 210.2 × 145.1 cm. Whitney Museum of American Art, Nueva York. Tomado de *Green Coca-Cola Bottles* [Fotografía de la obra], por Whitney Museum of American Art, (s.f.).

4.2. *Cajas de Brillo* (1964)

Con las *Brillo Boxes* (figura 4), Warhol llevó al extremo la apropiación de objetos comerciales dentro del campo artístico. Al reproducir con precisión industrial las cajas de jabón Brillo, el artista borró las diferencias visuales entre el objeto exhibido en la galería y su equivalente en el supermercado. Esta operación trasladó un producto de consumo masivo al espacio institucional del arte, desplazando sus coordenadas de sentido y poniendo en cuestión las fronteras entre cultura popular y producción artística contemporánea.

Desde la perspectiva de Galindo (2013), la relevancia de las *Brillo Boxes* radica en que Warhol instauró una nueva lógica de producción artística basada en la reapropiación y resignificación de objetos ya existentes (pp. 94-95). El diseño original de las *Brillo Boxes* había sido realizado por James Harvey, diseñador gráfico y artista vinculado al expresionismo abstracto, por lo que la originalidad de Warhol consistía precisamente en repetir y trasladar elementos de la vida cotidiana al espacio artístico, modificando su significado cultural (p. 95), diluyendo deliberadamente la exclusividad tradicional asociada a la figura del artista.

Esta operación también evidenció que la diferencia entre un objeto cotidiano y una obra artística no depende exclusivamente de sus propiedades materiales, sino del contexto institucional que las legitima como arte. En este sentido, Dickie (1974) sostiene que una obra de arte es “un artefacto al cual una o varias personas, actuando en nombre del mundo del arte, le han conferido el estatus de candidato para la apreciación” (Dickie, 1974, citado en Buekens y Smit, 2018, p. 54). Desde esta perspectiva, las *Brillo Boxes* demuestran que cualquier objeto cotidiano puede adquirir valor artístico dependiendo de la forma en que es reinterpretado dentro del sistema del arte.

A partir de este problema, Danto (2013) interpretó las *Brillo Boxes* como una obra decisiva para comprender la crisis de la definición tradicional del arte contemporáneo. Para el filósofo, la pieza funcionaba como una especie de “piedra Rosetta filosfal” (p. 44), ya que permitía confrontar directamente el lenguaje del

arte con el de la realidad cotidiana. Desde esta perspectiva, Danto desarrolló la idea de que las obras de arte son significados encarnados (p. 52), es decir, objetos cuyo valor artístico depende del significado conceptual que contienen y no únicamente de su apariencia visual.

Esta interpretación se complementa con lo planteado por Baudrillard (1978), quien sostiene que en la cultura contemporánea ya no se trata de imitación ni duplicación, sino de sustitución de lo real por los signos de lo real (p. 7). Desde esta perspectiva, la simulación propuesta por Warhol produce una sacralización del signo dentro del arte contemporáneo: la marca, el envase y la repetición visual adquieren mayor relevancia que el propio objeto material (p. 7).

Bajo estas lecturas, las *Brillo Boxes* evidencian una transformación decisiva en la historia del arte contemporáneo: a partir de Warhol, la obra artística deja de definirse únicamente por sus cualidades formales o representacionales y pasa a comprenderse desde su dimensión conceptual.

Figura 4

Brillo Box, A. Warhol, 1964



Nota. Acrílico, serigrafía y madera contrachapada, 43,3 x 43,2 x 36,5 cm. National Gallery of Canada, Ottawa. Tomado de *Brillo Box* [Fotografía], por Artchive, (s.f.).

4.3. *Díptico de Marilyn* (1962)

El *Díptico de Marilyn* (1962) constituye una de las obras más representativas de Andy Warhol (Figura 5). Aunque a primera vista parece una composición sencilla, la pieza funciona como una meditación compleja sobre la naturaleza efímera de la fama y el poder de los medios de comunicación de masas (Singularart, 2024, párr. 6). La obra fue realizada poco después de la muerte de Marilyn Monroe en agosto de 1962 y toma como base una fotografía promocional de la película *Niágara* (1953), a partir de la cual Warhol transforma a la actriz en una imagen icónica del universo mediático.

Figura 5

Díptico de Marilyn, Andy Warhol, 1962



Nota. Acrílico, tinta serigráfica y pintura sintética sobre lienzo, 205.44 × 289.56 cm. Tate Modern, Londres. Adaptado de *Díptico de Marilyn*, por Wikiart, (s.f.).

La estructura de diptico divide la obra en dos paneles contrastantes. En el lado izquierdo, el rostro de Monroe aparece reproducido en colores intensos y artificiales, “representando el icono fabricado y comercializado” (Singularart, 2024, párr. 2). En cambio, el panel derecho presenta la misma

imagen en blanco y negro, progresivamente borrosa y desvanecida, lo que sugiere la desaparición de la actriz y el desgaste de su identidad pública.

La técnica serigráfica resulta fundamental para producir este efecto. La repetición mecánica de la imagen remite a los procesos industriales de reproducción masiva y evidencia cómo la celebridad se convierte en un producto visual de consumo continuo. En este sentido, Foster (1996) sostiene que en Warhol la repetición funciona simultáneamente como una defensa frente al afecto traumático y como una forma de producirlo (p. 42). Como resultado, cada reproducción del rostro de Marilyn reduce progresivamente su individualidad hasta transformarla en un símbolo reproducible e impersonal⁵.

A partir de ello, es posible relacionar la obra con la tradición del arte sacro, en la que la repetición de imágenes religiosas cumple una función devocional. A lo largo de la historia del cristianismo, las representaciones de la Virgen María o de los santos han sido reproducidas constantemente en pinturas, estampas y esculturas para reforzar su presencia en la vida cotidiana de los creyentes y consolidar su reconocimiento colectivo. La reiteración de estas imágenes no solo permite identificar rápidamente a las figuras sagradas, sino que también contribuye a convertirlas en símbolos universales de veneración.

De manera similar, Warhol utiliza la repetición mecánica del rostro de Marilyn Monroe para fijar su imagen en la memoria colectiva y elevarla a la categoría de icono cultural. Sin embargo, mientras que en el arte sacro la repetición busca fomentar la contemplación espiritual y la devoción religiosa, en *Díptico de Marilyn* esta estrategia responde a la cultura mediática de Estados Unidos durante la década de 1960, donde Hollywood y la prensa difundían masivamente la imagen de las celebridades hasta convertirlas en productos de consumo público.

5 En este contexto, “impersonal” significa que la imagen pierde rasgos propios o individuales al ser repetida constantemente.

Así, la obra culmina mostrando cómo esa explotación sistemática consume a la persona detrás de ella. Monroe, a través de esta obra, trasciende para convertirse en el símbolo eterno de cómo la fama, especialmente de la mujer sexualizada, es fabricada, consumida y, en última instancia, desechada por la misma maquinaria que la creó.

4.4. *Elvis I & II* (1963)

En la serie *Elvis I & II* (Figura 6), Andy Warhol tomó la imagen pública arquetípica del rebelde, el cantante en pose de pistolero, extraída de un cartel de la película *Flaming Star*, y la sometió al proceso que definiría su legado: la serialización mecánica. Al repetir y superponer la figura de Elvis hasta el punto de la saturación visual, Warhol no celebraba al ídolo, sino que exponía el mecanismo de su construcción. El Elvis de Warhol deja de ser un hombre para convertirse en un “logotipo de la rebeldía domesticada”, una mercancía visual reproducible hasta el infinito.

Este procedimiento no era una simple crítica al consumo, sino una práctica profundamente ligada a la formación cultural del artista. Como argumenta Rosefsky (2011) en su tesis, la relación de Warhol con la imagen estaba moldeada por su herencia bizantino-católica, donde el ícono es una puerta a lo divino, pero su producción es, significativamente, colectiva y ritualizada. Warhol trasladó este principio al ámbito profano: desde el principio, icon-making fue un empeño comunal; las pinturas pasaban de un par de manos a otro. El rol y estatus del artista dependían de la jerarquía del taller (p. 15). La Factory de Warhol fue su taller contemporáneo, y la serigrafía su técnica sagrada para crear íconos seculares.

Figura 6

Elvis I and II, A. Warhol, 1963



Nota. Serigrafía y pintura sintética sobre lienzo, 208.3 × 365.8 cm. Tomado de Elvis I and II [Fotografía de la obra], por McGaw Graphics, 2026.

El resultado de esta producción en serie es una paradoja: la multiplicación de la imagen, lejos de reforzar la presencia del ídolo, genera una sensación de alienación. En piezas como *Elvis 11 Times*, la repetición no sugiere plenitud, sino huida, un intento desesperado de llenar el espacio con una presencia que se desvanece en cuanto se la examina. Warhol lograba este efecto al adoptar una postura de total conversión del sujeto en signo. En relación con los autorretratos del artista, Tozer (1998) sostiene que las imágenes de Warhol tienden a fijar o congelar la identidad en el tiempo (p. 19). Al eliminar la pincelada expresiva, el sello del genio romántico, y optar por un proceso mecánico y con ayuda de asistentes, Warhol no solo se hacía “máquina”, sino que reducía al sujeto retratado a pura imagen, a un simulacro.

Bajo esta lectura, Warhol no solo anticipó la lógica de los influencers y las marcas personales del siglo XXI, sino que realizó una operación teológica secular. Si el ícono bizantino busca capturar la esencia santificada de una persona, trascendiendo su naturaleza humana, el ícono pop de Warhol captura su esencia commodificada, trascendiéndola hacia el reino del mercado.

Finalmente, *Elvis I & II* permite comprender que la celebridad moderna no depende de la autenticidad del sujeto, sino de la capacidad de su imagen para ser reconocida y reproducida infinitamente.

4.5. *Silver Car Crash (Double Disaster) (1963)*

La serie *Death and Disaster* (1962-1963) representa un giro decisivo en la producción de Andy Warhol, pues dirige su mirada hacia el trasfondo trágico del “sueño americano”: la muerte convertida en espectáculo mediático. Al apropiarse de fotografías de prensa de accidentes automovilísticos, símbolos de la movilidad moderna y del progreso industrial, Warhol no buscaba generar una reacción sentimental, sino evidenciar la manera en que el horror era absorbido y reproducido por la cultura de masas.

Las imágenes utilizadas provenían de periódicos y archivos policiales, las cuales el artista replicaba mediante la técnica de la serigrafía sobre lienzos de gran formato (Sarkar, 2013, p. 104). En obras como *Five Deaths on Orange* (1963), donde las víctimas permanecen atrapadas entre los restos del automóvil, *Saturday Disaster* (1964), en la que cuerpos deformados y desfigurados son reproducidos verticalmente, y *Silver Car Crash (Double Disaster)* (1963) (figura 7), cuyas imágenes serigrafadas parecen caer en cascada sobre el lienzo evocando tiras cinematográficas, Warhol reforzó la sensación de repetición mecánica y circulación mediática de la tragedia (Sarkar, 2013, p. 104).

Esta reproducción reiterativa de imágenes traumáticas termina neutralizando el impacto emocional del acontecimiento: el evento violento se convierte en un patrón visual estetizado y consumible. Como señala Botescu (2022), la condición moderna ha convertido al espectador en un consumidor cotidiano de imágenes de catástrofes y violencia difundidas por los medios de comunicación, generando una progresiva pérdida de sensibilidad frente al shock visual (p. 98).

Figura 7

Silver Car Crash (Double Disaster), A. Warhol, 1963



Nota. Serigrafía con pintura en spray sobre lienzo, 267 × 417 cm. Tomado de *Silver Car Crash* [Fotografía de la obra], por ViVANCO Cultura de Vino, 2016 (Sotheby's).

En este sentido, Warhol transforma el accidente y la muerte violenta en imágenes contemplativas y repetibles, despojándolas de su carácter inmediato y convirtiéndolas en íconos mediáticos. El horror, al ser elevado a la condición de ícono pop, no se santifica, sino que se vacía de significado inmediato, del mismo modo en que una noticia termina convirtiéndose en ruido de fondo. Asimismo, el uso de pintura plateada reflectante como color de fondo dota a la obra de una cualidad brillante y cinematográfica, generando un impactante contraste entre un campo luminoso y resplandeciente y la imagen fragmentada de un accidente automovilístico fatal (Kamholz, 2013, como se citó en Sarkar, 2013, p. 104).

La insistencia visual sobre el accidente reduce progresivamente su capacidad de conmoción. Como señala Alexandra Botescu, “la exposición repetitiva a estímulos visuales impactantes [...] provoca un aplanamiento de la respuesta emocional inicial, hasta el punto de que los espectadores terminan volviéndose indiferentes al horror” (Botescu, 2022, p. 98). En lugar de mostrar el automóvil

como símbolo de éxito, Warhol lo presenta como ruina. En *Silver Car Crash*, la repetición serigráfica transforma el accidente en una secuencia visual mecánica y fragmentada, mientras que el fondo plateado introduce un contraste perturbador entre brillo y violencia. De este modo, el “desastre doble” al que alude el título no remite únicamente al choque automovilístico, sino también a la banalización progresiva del horror producida por la circulación constante de imágenes violentas en los medios de comunicación.

5. Legado e influencia en la cultura actual

5.1. Warhol y el arte contemporáneo

La figura de Andy Warhol funciona como un eje fundamental en el arte de finales del siglo XX y XXI, generando posturas tanto de admiración como de crítica radical. Danto (1964) articuló una de las interpretaciones más influyentes al proponer que obras como las Brillo Boxes disolvieron la frontera entre arte y objetos ordinarios. Argumentó que estas cajas se convertían en arte no por cualidades estéticas, sino por su inserción y significado dentro del mundo del arte, un marco teórico que desplazaba la belleza como criterio esencial (p. 581). Esta perspectiva, que enfatiza el giro conceptual, abrió el camino teórico para movimientos como el Neo-Pop⁶.

Artistas como Jeff Koons son frecuentemente señalados como herederos directos de esta visión, irrumpió en la década de 1980 con propuestas vinculadas al Pop Art e influenciadas por la obra de Andy Warhol. Al igual que su predecesor, incorpora objetos cotidianos dentro de sus composiciones y recurrió a colores llamativos, superficies brillantes y efectos de repetición visual, utilizando elementos como globos metalizados y espejos para potenciar el carácter espectacular y comercial de sus obras (Del Pino, 2020, p. 9).

⁶ Corriente artística contemporánea que recupera los planteamientos del Pop Art de los años 60. Se caracteriza por el uso de imágenes de la cultura popular y el consumismo, con una estética inspirada en la publicidad y la producción industrial.

Sin embargo, esta herencia ha generado críticas contundentes. El teórico Buchloh (1989) en un análisis seminal, cuestionó severamente el legado warholiano, argumentando que su repetición serial y su adopción de técnicas publicitarias representaban una devaluación del proyecto modernista y una complicidad con la lógica mercantil de la industria cultural, para él los artistas como Koons han llevado al extremo esta lógica, donde la mercancía se convierte en su propio signo (p. 53).

5.2. El mundo warholiano en la actualidad

La cultura digital y de redes sociales parece ser la realización más literal de la profecía warholiana sobre los “quince minutos de fama”. La plataforma Instagram puede entenderse como la materialización técnica de esta filosofía. El teórico Groys (2014), argumenta que en la esfera digital contemporánea, todo usuario de las redes sociales se convierte en productor y producto de imágenes (p. 67), democratizando así el modelo de la Factory warholiana donde la vida se convertía en contenido mediático.

En el ámbito del diseño y la publicidad, el legado es igualmente profundo pero controvertido. Warhol fue pionero en elevar los códigos visuales del supermercado y la publicidad a categoría artística, revolucionando la relación entre ambos campos. No obstante, Foster (2002) advierte sobre el lado oscuro de este legado en la cultura posmoderna. Señala que el capitalismo avanzado ha asimilado las estrategias de transgresión y apropiación del arte, creando un ciclo donde incluso la disidencia puede ser empaquetada y vendida como estilo (p. 22). Esta observación resume la paradoja central del legado warholiano: si bien abrió espacios críticos desde dentro del sistema de consumo, también facilitó la absorción total de la práctica artística por la lógica del mercado.

6. Conclusiones

Como un verdadero fenómeno social, el Pop Art representó los valores y contradicciones de la sociedad de consumo. Sus artistas evidenciaron la

artificialidad del mundo contemporáneo y la influencia de la industria cultural sin desarrollar necesariamente una crítica directa hacia ella. Más que condenar el consumo masivo, mostraron cómo los objetos cotidianos, la publicidad y los medios condicionaban la percepción de la realidad.

La influencia de este movimiento no se limitó al contexto histórico en el que surgió. Con el desarrollo de la tecnología y los medios digitales, las formas de producción y percepción artística continuaron transformándose, generando nuevas experiencias estéticas. De este modo, el Pop Art logró expandirse más allá del contexto norteamericano, encontrándose actualmente en distintas partes del mundo e influyendo en diversas manifestaciones culturales y visuales. Así, el interés del arte contemporáneo se desplazó progresivamente del objeto material hacia la experiencia que dan origen a la imagen.

El legado de Andy Warhol permanece vigente en una sociedad dominada por la reproducción digital, la sobreexposición mediática y la búsqueda constante de visibilidad. Plataformas como Instagram, Tik Tok o Facebook, reproducen constantemente estéticas basadas en la saturación de imágenes, la construcción de identidades mediáticas y la transformación de la vida cotidiana en un espectáculo visual. Asimismo, la fascinación contemporánea por la fama, la viralidad y la exposición permanente evidencia cómo muchas de las ideas presentes en la obra de Andy Warhol continúan vigentes y se han intensificado radicalmente en la cultura digital actual.

Referencias bibliográficas

- Baudrillard, J. (1986). *America*. Editorial Anagrama.
- Baudrillard, J. (1999). *La ilusión y la desilusión estéticas*. Editorial Monte Ávila.
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca.
- Botescu, I. (2022). Death as Disaster: Andy Warhol's Aesthetics of Catastrophe. *University of Bucharest Review Literary and Cultural Studies Series*, 12(1), 93-103.

- Brady, E. (2019). *Super Bowl ad: Coke uses Andy Warhol quote to remind viewers, "A Coke is a Coke"*. USA Today.
- Buchloh, B. (1989). *Andy Warhol's one-dimensional art: 1956-1966*. The MIT Press.
- Buekens, F. y Smit, J. (2018). Institutions and the artworld – A critical note. *Journal of Social Ontology*, 4(1), 53–66. De Gruyter Bill.
- Busello, M. (2021). *El Pop Art y su influencia en la publicidad del siglo XXI* [Trabajo de disertación]. Repositorio institucional de la Universidad de Valladolid.
- Danto, A. (1964). The artworld. *The Journal of Philosophy*, 61(19), 571–584.
- Danto, A. (2005). *El abuso de la belleza: La estética y el concepto del arte* (J. A. Pérez, Trad.). Paidós. (Trabajo original publicado en 2003).
- Danto, A. (2013). *¿Qué es el arte?*. Editorial Paidós.
- Del Pino, G. (2020). *Jeff Koons y Vik Muniz: perspectivas de la globalización desde el Pop Art contemporáneo* [Tesis de maestría, Universidad Católica de Córdoba]. Repositorio institucional de la Universidad Católica de Córdoba.
- Fabelo, J. (2010). Arte, política y sociedad de consumo: El caso de Andy Warhol. *Memoria*, 249, 37-39.
- Foster, H. (1996). *The Return of the Real: The Avant-Garde at the End of the Century*. MIT Press.
- Foster, H. (2002). *Diseño y delito (y otras diatribas)*. Editorial Akal.
- Galindo, J. (2013). El genio y la regla: el caso de Andy Warhol. *Educación y Ciencia*, 16(1), 87–98. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.
- Gompertz, W. (2018). *¿Qué estás mirando? 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*. Editorial Taurus.
- Groys, B. (2014). *Volverse público: Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea* (P. Kuffer, Trad.). Editorial Caja Negra.
- Hernando, J. (1995). De la apropiación fotográfica a los medios electrónicos: Pop Art, hiperrealismo y video. *Norba: revista de arte*, 13, 297-318.
- Honnef, T. (2005). *Warhol*. Editorial Taschen.
- Krauss, R. (1985). *La originalidad de la vanguardia y otros mitos modernos*. Editorial Alianza Forma.

-
- Kuptsova, T. (2022). Andy Warhol in the mirror of literary and documentary heritage. *European Proceedings*, 129(1), 586–595.
- Martinez, E. y Michelle, C. (2024). Pop Art Magazine. *Revista de Estudios Interdisciplinarios del Arte, Diseño y la Cultura*, 1(26), 1-24.
- Mena, E. (2022). Warhol y su dimensión publicitaria hasta la actualidad. *Imafronte*, (29), 1-16. Universidad Católica de Murcia.
- Panizo, P. (2019). *Andy Warhol en el contexto de la cultura y el arte pop* [Trabajo de fin de grado]. Universidad de La Laguna.
- Real Academia Española. (s.f.). *Patetismo*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 19 de febrero de 2026, de https://dle.rae.es/patetismo?utm_source=chatgpt.com
- Real Academia Española. (s.f.). *Serigrafía*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado el 19 de octubre de 2025, de https://www.rae.es/diccionario-estudiante/serigraf%C3%ADa?utm_source=chatgpt.com
- Rosefsky, L. (2011). *The sacred in the profane: Understanding Andy Warhol's relationship with the visual image* [Tesis de maestría, West Virginia University]. Repositorio institucional de West Virginia University.
- Salinas, C. (2021). *El Pop Art: Historia de un movimiento artístico* [Trabajo de fin de grado]. Universidad Miguel Hernández.
- Sarkar, A. (2013). Homologizing Accident: Notes on Warhol's Car Crashes. *East West Journal of Humanities*, 4(1), 103–110.
- Singulart. (9 de julio del 2024). Díptico de Marilyn: una obra maestra de Andy Warhol. *Singulart Magazine*. https://www.singulart.com/blog/es/2024/07/09/diptico-de-marilyn-por-andy-warhol/?srsltid=AfmBOoq87otavxjyZimDTyUomD-RYN6R8xqtu9WuEH8oDgx2GgxWTo-f&utm_source=chatgpt.com
- Tozer, P. A. (1998). *A portrait of the artist in society: Warhol paints Warhol* [Tesis de maestría, University of Victoria]. UVicSpace. https://dspace.library.uvic.ca/items/a085a9e2-019b-41a1-ace5-19a1a6217987?utm_source=chatgpt.com
- Unurria, M. (2018). *Exposición Roy Lichtenstein: Posters*. Fundación Canal de Isabel II.
-