

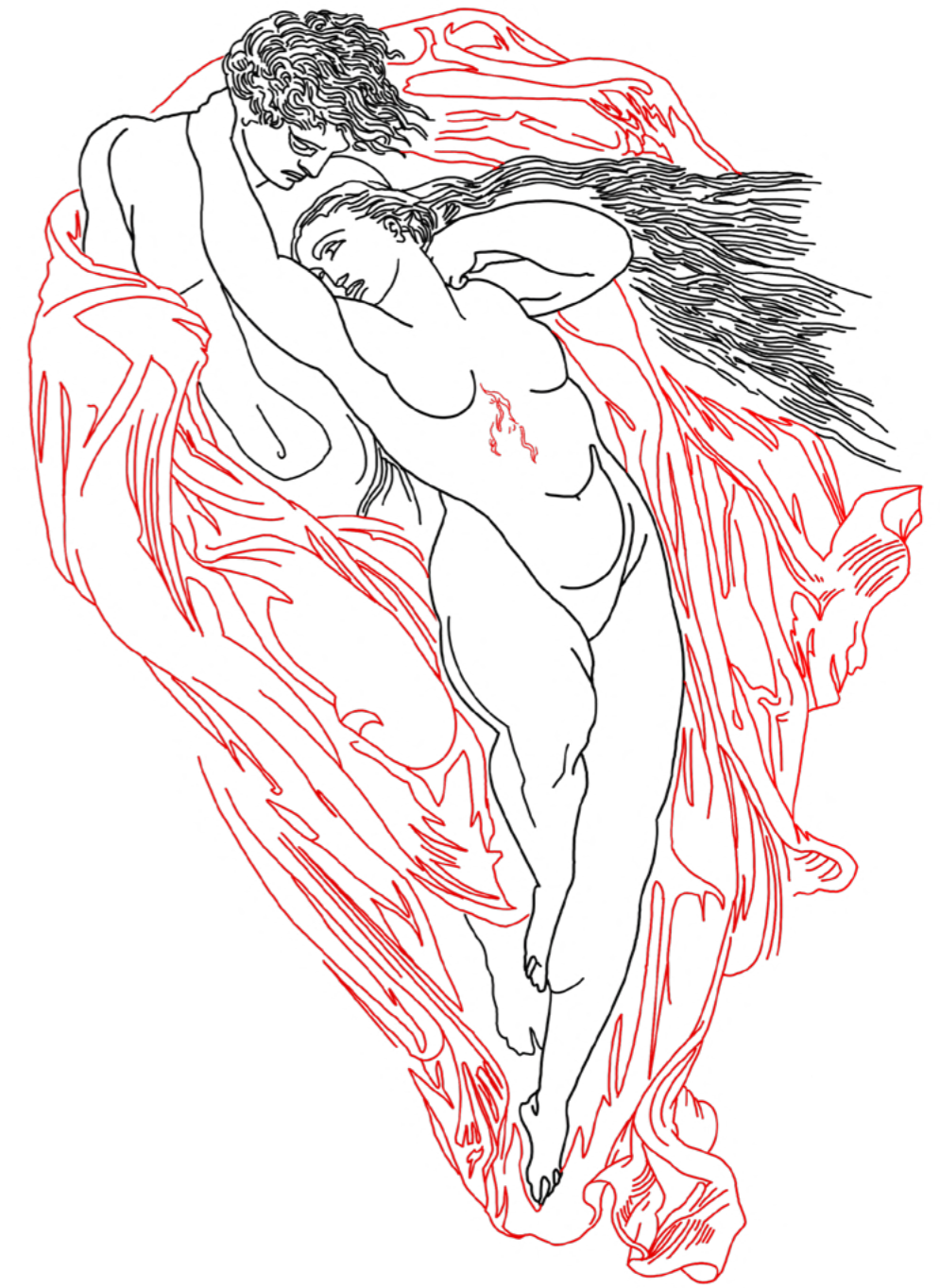


# QUIMERA ART



**ROMINA TORRES COMPETIELLO**





Trabajo de Fin de Grado

Curso 2019-2020

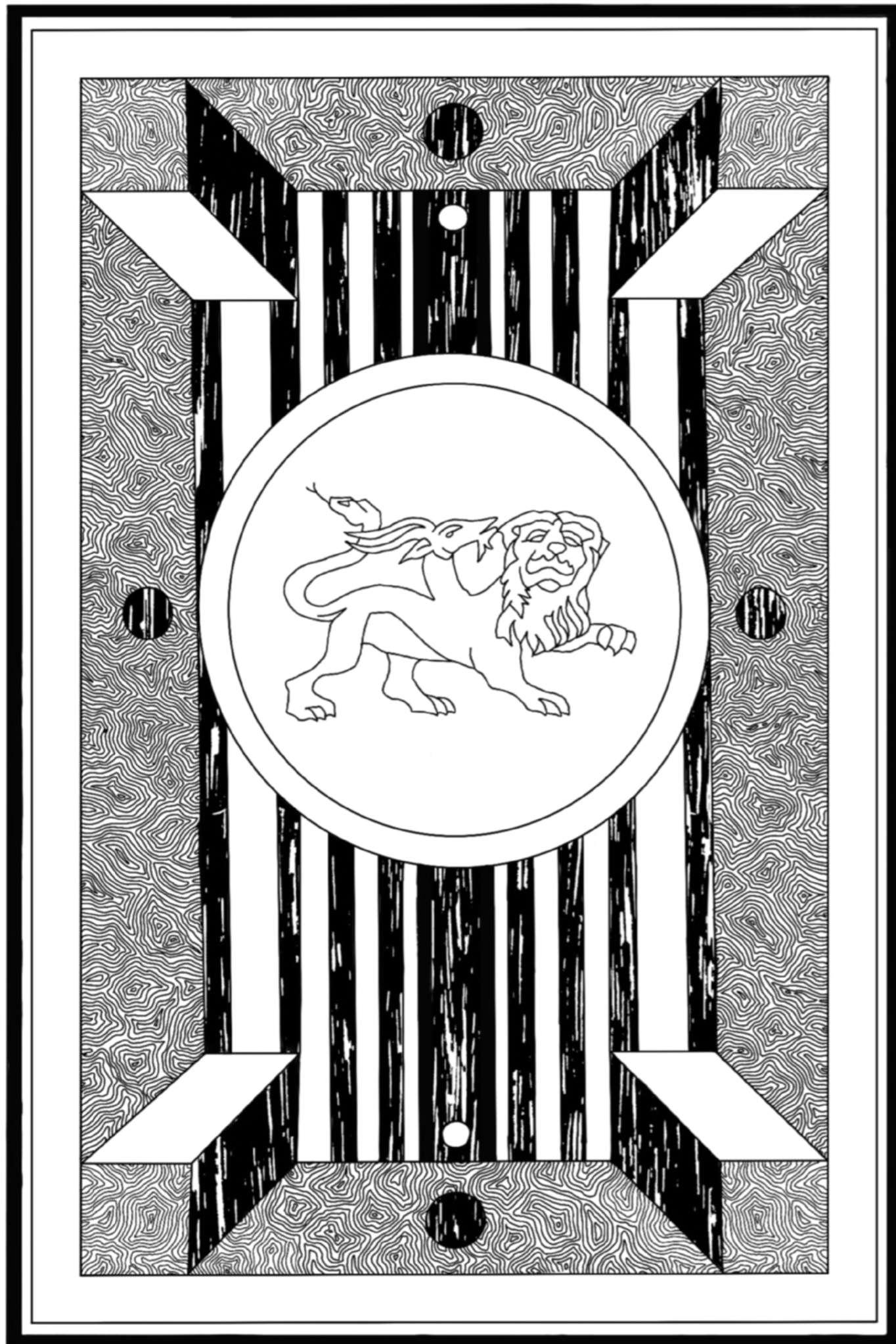
Grado en Bellas Artes

Itinerario de transdisciplinares

Universidad de La Laguna

Autora: Romina Torres Competiello

Tutorizado por: Concepción Lourdes Florido Santana



“Ante mis obras hay tres clases de personas;  
aquellas que no ven,  
aquellas que ven lo que se les muestra  
y aquellas que sí ven y entenderán.”

LEONARDO DA VINCI





# INDICE

· Resumen.....	5
· Introducción .....	6
· Bases conceptuales.....	10
· Metodología.....	15
· Cuerpo del trabajo:.....	19
· Quimera Art.....	19
· Fanzines.....	22
· Conclusión.....	30
· Antecedentes.....	32
· Referentes.....	36
· Bibliografía.....	44
· Anexo .....	46



# RESUMEN

Quimera Art nace de la necesidad de buscar un espacio expositivo alternativo para la línea de trabajo generada durante la formación académica. Presentándose como una editorial, se apoya en una estrategia artística que adopta las formas del mercado para incidir camaleónicamente en la red digital, con el propósito de convertirse en una herramienta alternativa para romper el discurso lineal establecido.

**Palabras clave:**

Simulación, postproducción, red, online, fanzine, apropiación, arte colaborativo, Do It Yourself (DIY).



# INTRODUCCION

---

“El mundo del arte idealiza el narcisismo y tiene una capacidad de atención muy corta.”

TXARO ARRAZOLA-OÑATE





El sistema neoliberalista no se sostiene sobre unas bases firmes de ética igualitaria y solidaridad sino que se ha escudado detrás de una falsa libertad que ha acabado adoptando la forma de un capitalismo salvaje, provocando profundos problemas sociales e inestabilidad económica. Conformamos la era de la incivilización, donde la frenada en seco de la vida productiva debido a la alarma sanitaria del Covid-19 ha puesto en crisis la totalidad del sistema, donde tanto la producción inmaterial como el teletrabajo despuntan como alternativas pioneras y empresas como Amazon aumentan la plantilla frente al parón global. Nos encontramos claramente en un punto de inflexión, una oportunidad para reencontrar críticamente algo de re-equilibrio, esta vez con un enfoque más solidario y con un fuerte sentimiento de igualdad. Estos nuevos valores pueden ponerse en práctica en los espacios en red, cuyo sentido ahora se encuentra magnificado pues:

- Otorga la posibilidad de ficcionar, virtualizar y desrealizar cualquier producto dentro del sistema para operar en él.
- El código binario que se utiliza no hace diferencias entre las letras, números, sonidos y formas (como le ocurre al arte). Esto configura una divulgación de modelo multidireccional.
- Rompe con todas las estructuras de la cultura occidental basadas en la secuencialidad del discurso.
- Se presenta como una alternativa a los espacios de exhibición institucionales del arte.
- Aporta una mayor accesibilidad al material cultural y su reutilización, ventaja que ya comenzó a sustentar la galería Uffizi con su Digitization Project.
- Permite además la conectividad y el trabajo colaborativo a una escala mundial.

En este escenario es posible crear y promocionar arte para y por una comunidad en la red y así es justo como quiere establecerse Quimera Art.

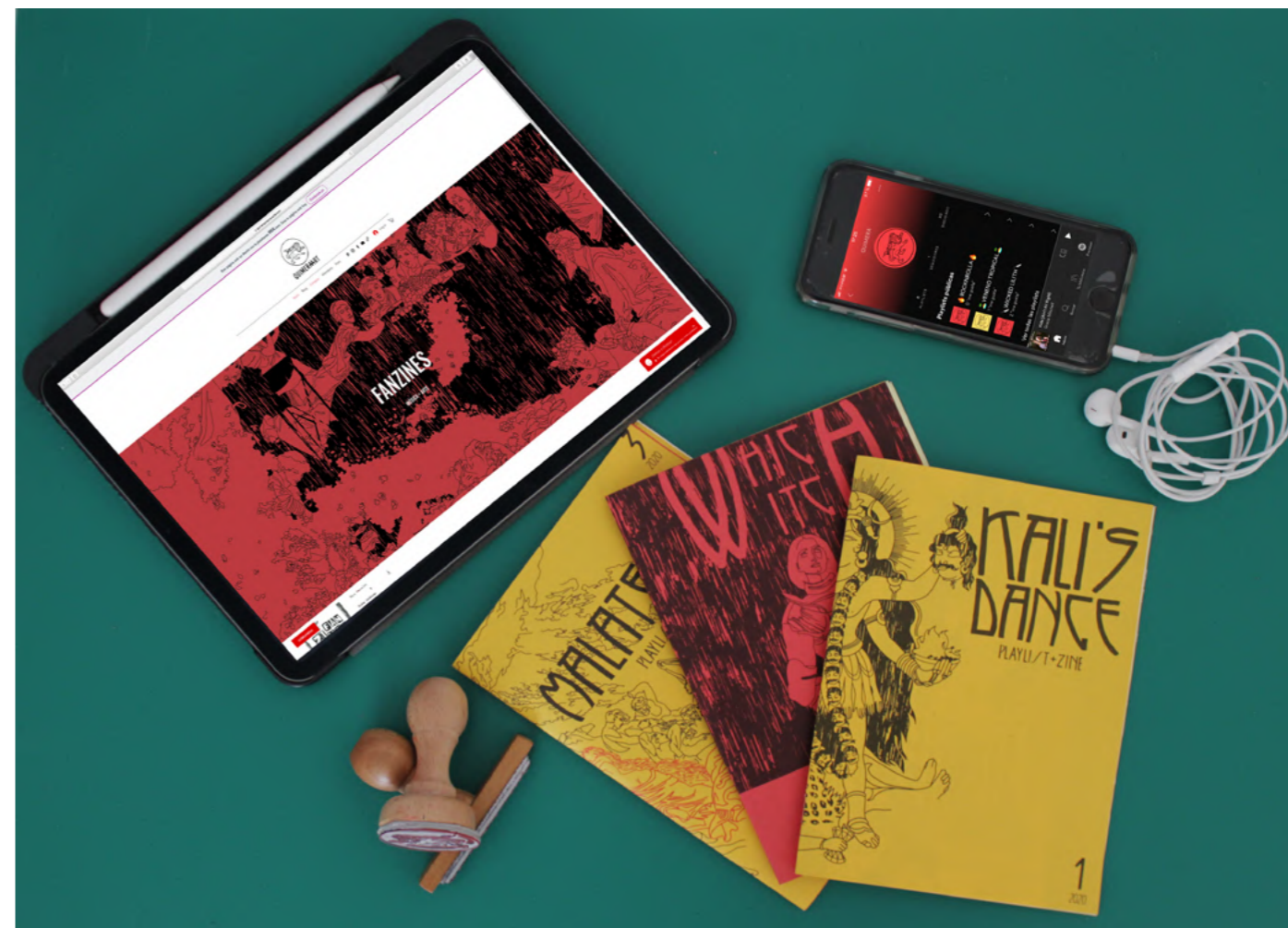


Imagen superior: Muestra de productos de Quimera Art: los tres primeros fanzines, página web y cuenta de spotify.

Imagen inferior: Logo y nombre de la marca editorial realizados en sellos.



# BASES CONCEPTUALES

---

“Dudo que sea posible dar una definición seria  
del arte a menos que examinemos la cuestión en  
términos de una constante, la de la transformación  
del arte como mercancía.”

MARCEL BROODTHAERS





La modernidad otorgó al arte la independencia de la religión, entre otras esferas que conforman el poder, para constituirse en una disciplina autónoma con valor por sí misma. No obstante, dicho valor se pone en crisis con el surgimiento de la vanguardia y el contexto de la primera guerra mundial. El arte realiza una introspección, cuestionando su existencia como una prolongación del poder que gestiona la realidad de dicho momento.

A mediados del siglo XX regresa el deseo de la autonomía del arte con los movimientos abstractos americanos, con Clement Greenberg como crítico y defensor de dicha emancipación. Artistas posteriores a estas corrientes abstractas iniciales como Donald Judd, llevan el arte a un punto crítico radical en donde se llega a dar valor artístico al pedestal vacío sin nada que significar. Los conflictos con la independencia del arte no dejan de sucederse bajo la aparición de diferentes movimientos de post-vanguardia que intentan reconciliar el arte con la vida como una alternativa de ir contra la esfera escindida del arte que comienza a entenderse como una forma política extendida del sistema.

La galería de arte y el museo, que nacen como entidades autónomas para mostrar el arte, también se empiezan a entender como dispositivos más de poder dentro del sistema, y como productos del mismo.

El mercado comienza a verse como esa macroesfera que está intrínsecamente involucrada en todos los engranajes de la vida, incluido el arte. En otras palabras, el arte comienza a ser consciente de su papel como un elemento más a favor de las fuerzas que lo producen, generando una contraeriedad y conflicto incesante y es que:

“en el modo de producción capitalista, ni el arte ni la cultura en general pueden sobreponerse, superar, las condiciones de producción a las que están sometidos. Lo que sí puede hacer la cultura en su constante auto-destrucción, es mostrar esas condiciones de producción”. (Arribas; 2007, p.5).

El postmodernismo genera todo un lenguaje que parte de la apropiación como estrategia crítica obliga a generar una toma de conciencia acerca de la influencia de la comercialización de las obras artísticas y su tenaz dependencia al contexto institucional. El *Sampler* opera a partir de superposiciones y manipulación del cliché, este gesto nostálgico de recuperar y remezclar no es más que la muestra de la desilusión ante la herencia de la propia civilización. La reinterpretación de la obra existente surge como respuesta a una mayor oferta cultural como la incorporación de formatos hasta la fecha ignorados o despreciados (Bourriaud, 2004). El amplio abanico de recursos se promueve a una mayor escala gracias a la inmensa capacidad de almacenamiento y divulgación que ofrece Internet. Los múltiples discursos que fluyen en nuestra realidad, lejos de operar como verdaderos elementos a contracorriente no hacen más que seguir las directrices del mismo mercado que ahora aparece oculto tras el fluir de la diversidad de apariencias nada inocentes en las que se está transformando. La diversidad fragmentada de los elementos que configuran la experiencia, no es más que la estrategia que el propio mercado desarrolla para seguir haciéndose presente y ejercer su dominio desde la invisibilidad.

La red se nos presenta como un paradigma colaborativo con un objetivo más cercano y social pero el arte visual se resiste, pues las prácticas colectivas, a pesar de conformar una enorme variedad de referencias, parecen permanecer al margen de la historia oficial y no es de extrañar, pues hay pocas cosas que den más sombra que el ego de un artista persiguiendo alcanzar la falsa propaganda que envuelve con enigma la figura del maestro y genio creador a partir de misteriosas inspiraciones surgidas de la nada.

La historia de occidente comenzó a manifestar un fuerte narcisismo, especialmente a comienzos del siglo XX. Separamos las disciplinas del conocimiento y lo que es peor, las hemos jerarquizado en una limitada perspectiva horizontal de pensamiento. A pesar de esta generalización, en algunos casos, como ocurre en el campo de la robótica, se ha comprobado que cuando la comunicación entre distintas disciplinas ocurre, se generan grandes resultados. Los procesos de producción, unidos al desarrollo de la cultura digital, experimentan una evolución que afecta la imagen del “hacedor”. Nombre que engloba a aquellas personas que tienen ciertas inquietudes y buscan experimentar en un taller.

Los métodos creativos del “Do It Yourself” (DIY), buscan sobretodo llevar a cabo los procesos de una forma más accesible para todos y si nos fijamos, sus métodos de investigación tienen un planteamiento idéntico a los procesos creativos del arte, donde los artistas, en su afán por experimentar, acostumbran a iniciar su labor desde reflexiones, parten de la observación para posteriormente explorar con técnicas y alegorías que mejor les convenga para alcanzar el resultado más satisfactorio. El proceso de la metodología DIY viene acompañado con el desarrollo de la red y las nuevas relaciones entre individuos. Podemos comprobarlo fácilmente en [Youtube](#), donde acostumbramos a ver numerosos tutoriales (Lara Morcillo; 2018, p. 235-247). Este método se ha desarrollado en todos los campos del conocimientos y hay que reconocer la creatividad de los proyectos de este tipo, incluso países como México destacan por darle bastante importancia a facilitar el conocimiento para trabajar a través de equipos interdisciplinarios.

Estos planteamientos demuestran que un producto o concepto evoluciona y se revaloriza cuanto más esté expuesto a las prácticas colectivas como ocurre con el proyecto [Arduino](#) y el modelo de Economía Naranja, que también recalca que la clave se encuentra en las asociaciones que podemos hacer entre las partes, abandonando el concepto de centralización.

Dicha oferta está siendo magnificada en Internet, donde son los usuarios, aprovechando la ilimitada memoria de la red global, quienes generan un proceso de socialización de ejercicios creativos (Martín Prada; 2008, p.69).

Teniendo en cuenta estas prácticas, ¿cómo podemos seguir enfocando nuestros proyectos artísticos como talento exclusivo de un individuo cuando todo lo construimos a partir de fragmentos previos de nuestra cultura? Una vez hayamos superado esta idea, podremos afrontar, de forma conjunta, las condiciones de producción a las que está sometido el arte.



# METODOLOGIA



A principios de carrera surgió la inquietud plástica a partir de la cual se persiguió la producción de una línea de trabajo personal recogida en dos tomos de libros.

Se trata de unos diarios donde se registró la completa metamorfosis de dos años experimentando sobre un ejercicio repetitivo de líneas.

El espacio colectivo, el método de apropiación, el *ready-made*, y los recursos de postproducción se convierten en herramientas metodológicas para operar dentro de Quimera Art. Una de las propuestas que se ha hecho viable en este espacio es la serie de fanzines.

Partiendo de los libros mencionados previamente, la representación de obras clásicas de la cultura, sobre todo occidental, acompañados de tipografías se convierte en el método a realizar en las publicaciones.

Los fanzines toman como punto de partida canciones contemporáneas recogidas en unas playlists creadas en las cuentas de [Spotify](#) y [Youtube](#). Las letras de dichas canciones son desmenuzadas y mezcladas unas con otras, generando un poemario distinto del original. Una vez este concepto está resuelto, se combinan las distintas frases con ciertos personajes históricos retratados o con obras clásicas que mejor convengan a la temática.

Se elaboran una maqueta editorial, coloquialmente denominados “machotes” que servirán de guía para maquetar. Las ilustraciones se realizan mediante una tableta gráfica usando Procreate, sin embargo, los modelos de tipografías se hacen a mano con distintos tipos de rotuladores para posteriormente, ser escaneados y retocados en Photoshop. Una vez la distribución está acorde con los bocetos se procede a exportar las láminas de los Fanzines en Adobe Illustrator. Finalmente, se maqueta para generar una pieza física en un formato tan popularizado a partir de los 60 como es el fanzine. Estas publicaciones vienen realizadas bajo el sello de la editorial [Quimera Art](#).





Como es lógico, la marca necesita de un soporte digital para materializar sus objetivos. No hablamos únicamente de tener mera presencia en las redes sociales sino que es necesario todo un modelo de estrategia. Quimera Art pretende sobrevivir en el espacio del supuesto enemigo apropiándose y replicando las estrategias del marketing como es el logotipo, perfil de empresa... a modo de señuelo. Se lleva a cabo la simulación como estrategia artística para generar y divulgar obra en la red a partir de la autoproducción, Do It Yourself.

#### PERFIL DE AUDIENCIA:

- Casi la totalidad del público ronda la franja de edad, entre 18 y 34 años, siendo los más activos los millenials, de 18 a 24 años, con un 50%.
- El 65% se identifica como femenino.
- Más de la mitad son españoles seguidos de latinoamericanos (con más representación por parte de México y Argentina).

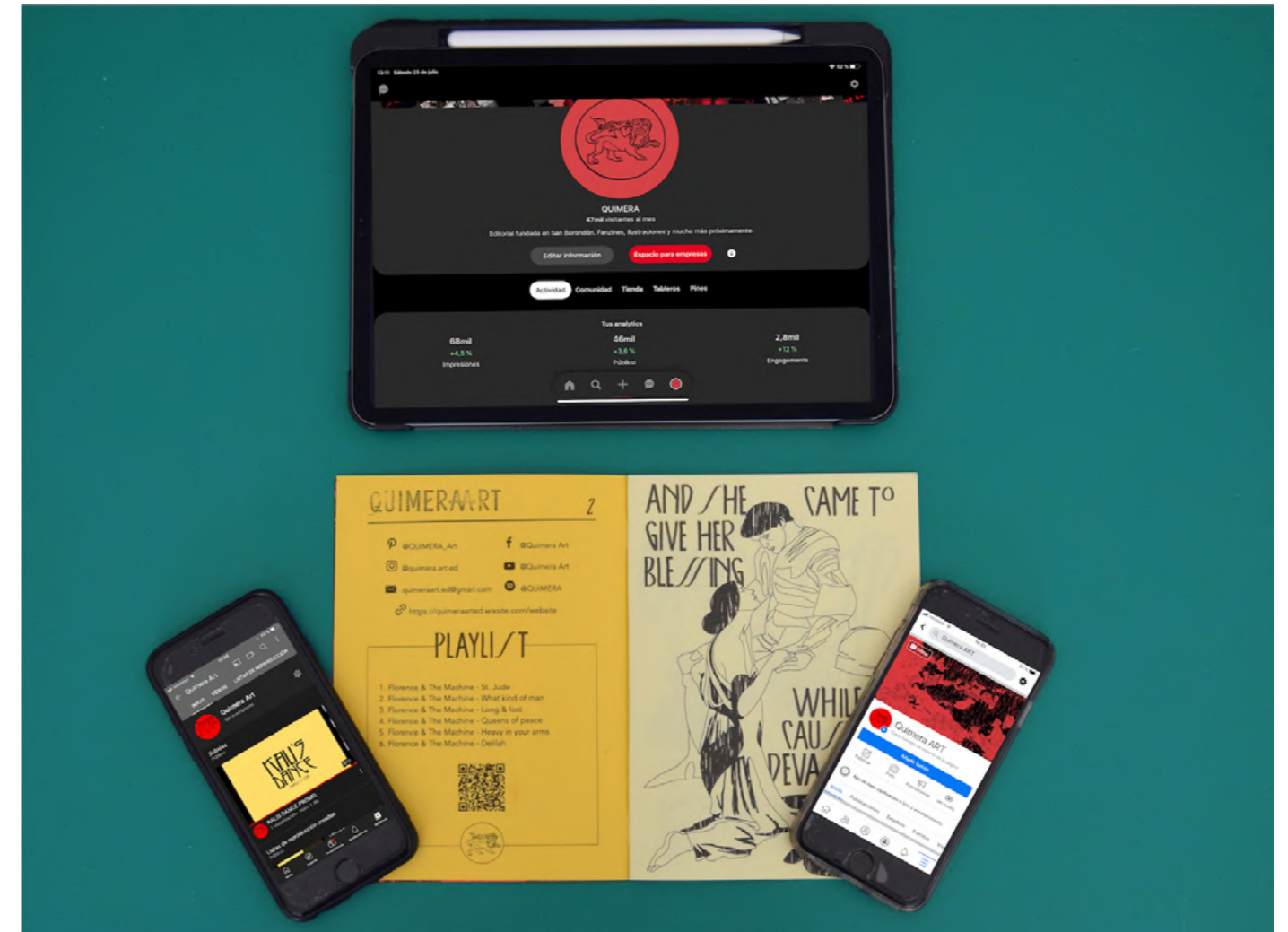
#### LAS REDES SOCIALES:

- Siendo Facebook, Youtube, Instagram e Instagram las más usadas por la generación de los millennials, era lógico que se debía intervenir en ellas.
- Facebook, nos sirve como ventana para acercarnos al público desde la emoción, buscando repetir las estrategias de Love Brands como realiza la empresa de Coca Cola cada año.
- Youtube ofrece un alcance mayor que además nos sirve para soportar y vincular el contenido con el resto de cuentas.
- Sin embargo, es en Pinterest donde conseguimos mayor visibilidad, puesto que ya la cuenta recibe más de 47 mil visitantes al mes. Servirá para la venta directa y como conexión con los contenidos de la web, promocionándose de forma más efectiva.
- En Instagram se crea contenido interactivo, buscamos aquí generar impacto. Es por eso que debemos incluir las nuevas herramientas que nos ofrece la plataforma, hablamos de los Estados. El espacio más visible con el que podemos contar ahora mismo, lo que proyectemos debe ser breve y llamativo. Es por esto que elaboramos vídeos de corta duración para lograr mayor alcance, así como una comunicación más directa de la audiencia.



Vídeos promocionales realizados para la promoción en redes.

Anexo, 1.



#### PÁGINA WEB:

<https://quimeraarted.wixsite.com/website>

#### EMAIL:

[quimeraart.ed@gmail.com](mailto:quimeraart.ed@gmail.com)

#### PINTEREST:

[https://www.pinterest.es/QUIMERA\\_Art/](https://www.pinterest.es/QUIMERA_Art/)

#### YOUTUBE:

[https://www.youtube.com/channel/UCEYcYDnHhF54p3-gKxuesdg?view\\_as=subscriber](https://www.youtube.com/channel/UCEYcYDnHhF54p3-gKxuesdg?view_as=subscriber)

#### SPOTIFY:

<https://open.spotify.com/user/54buyxn87d5kfqrxy05jgo42v?si=r58rLHn8TxqRrmvMelEGAA>

#### INSTAGRAM:

[@quimera.art.ed](https://www.instagram.com/quimera.art.ed)

#### FACEBOOK:

<https://www.facebook.com/quimera.art.509>



# CUERPO DEL TRABAJO

---



# QUIMERA ART

---

Se trata de una empresa alternativa que se adentra en el mundo del mercado con cierta ambigüedad. Comienza con una propuesta en forma de editorial que opera en un espacio inmaterial como lo es la red. Internet ha ayudado a afianzar una filosofía creativa en su inmensa comunidad de usuarios. Pongamos de ejemplo a los memes, que fluyen a través de lo viral resultando ser una creación en cadena de los consumidores, o incluso los hashtags de [Instagram](#) y [Youtube](#), donde proliferan las propuestas #DoItYourStyle, demostrando claramente que se está generando constantemente movimiento creativo mediante la productividad interdisciplinaria.

[Quimera Art](#) propone imitar este concepto artístico de producción multidisciplinario, aboliendo la tradición de creación y copia, así como emular estrategias del mercado, operando en la frontera entre ser una ramificación del sistema y ser la propuesta de una variante.

En un principio, la plataforma se centra en la promoción de la marca tanto en sus cuentas de redes sociales como en locales que permitan la venta de los productos físicamente y la publicación de *Flyers* para darse a conocer de forma más directa. En nuestra página web de Wix estarán disponibles los fanzines pero, una vez tengamos afianzado nuestro público, se incluirán nuevos formatos de mercancía y un apartado de blog para artículos y debates de interés cultural. Mediante la fluidez de las redes se fomentará la participación de otros artistas que busquen una comunidad con la que estar en contacto creando y dando visibilidad a sus obras.

Repitiendo estrategias de marketing de otras empresas afianzaremos la personalidad de la marca como una [Love Brand](#), encarnando de esta forma las referencias del mercado. Con táctica de posicionamiento y ayuda de empresas como [Martindipity](#) se podrá lograr objetivos más ambiciosos, como la realización de exposiciones online.



# QUIMERAART

---



Paleta de colores.



## ESTUDIO DE MARKETING

---

Quimera art



Martindipity: portada de análisis del modelo buyer y producto.

# FANZINES

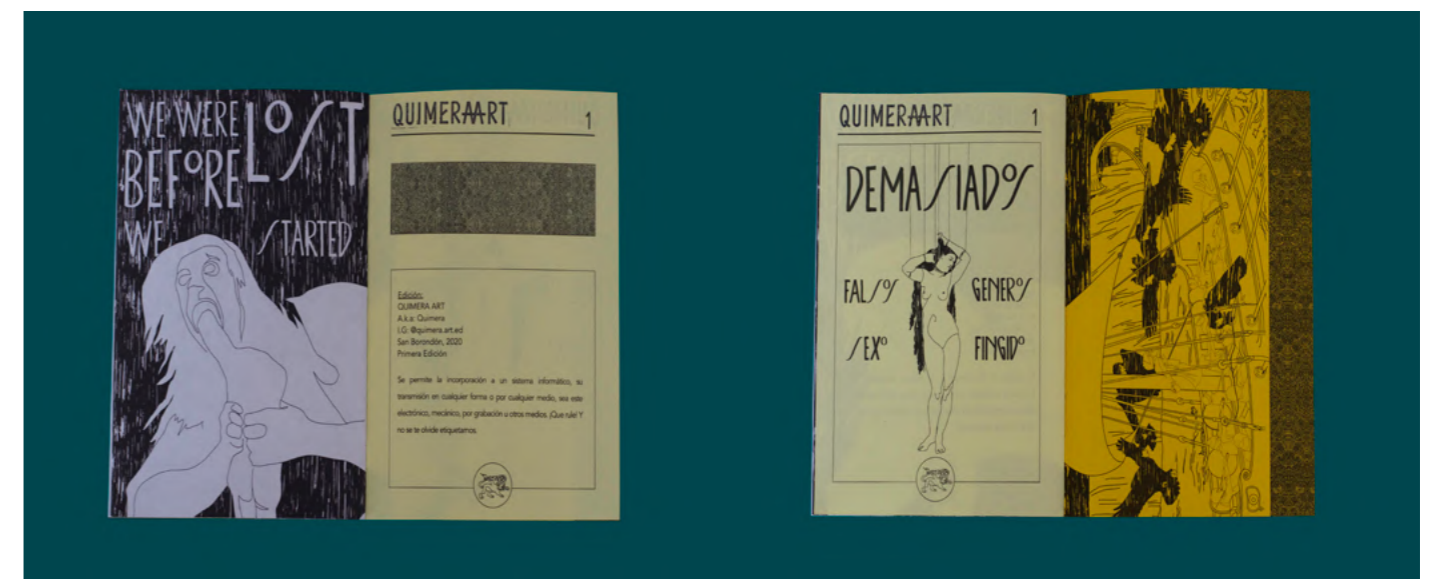
## VOL. 1: KALI'S DANCE

El resultado de la mezcla de estas canciones habla de guerras, un ciclo violento sin final que no deja títere con cabeza. La historia del hombre está marcada por los conflictos y como se suele decir, a ésta la escriben los vencedores. Siendo esto cierto, no hay mayor vencida en la memoria histórica que la mujer y es por esta razón que la protagonista es la diosa hindú Kali, la madre universal, destructora de la maldad y sus demonios, considerada consorte del dios supremo Shiva. Una figura tan aterradora puede ser peligrosa para la fragilidad masculina y es por eso que a pesar de su importancia y poder la representan como una versión descontrolada que únicamente su Shakti masculino, Shiva, puede calmarla de ese estado.

La representación escogida como guarda del fanzine parte de la obra del pintor John William Waterhouse, Ulises y las sirenas (1891). Rey de Ítaca y héroe de la mitología griega por idear la estrategia del caballo de Troya, tiene, tras alcanzar la victoria sobre dicha ciudad, que afrontar una serie de aventuras, descritas en la obra de Homero La Odisea, antes de poder regresar a su reino y a su esposa. Tras años de trayecto, formando otra familia con Calipso, matando a monstruos y saqueando a otros hombres, el soberano y sus marineros se ven amenazados por los dulces encantos de las sirenas, híbridos entre aves y mujeres, que representan otra figura de femmes fatales recurrentes en nuestra cultura.

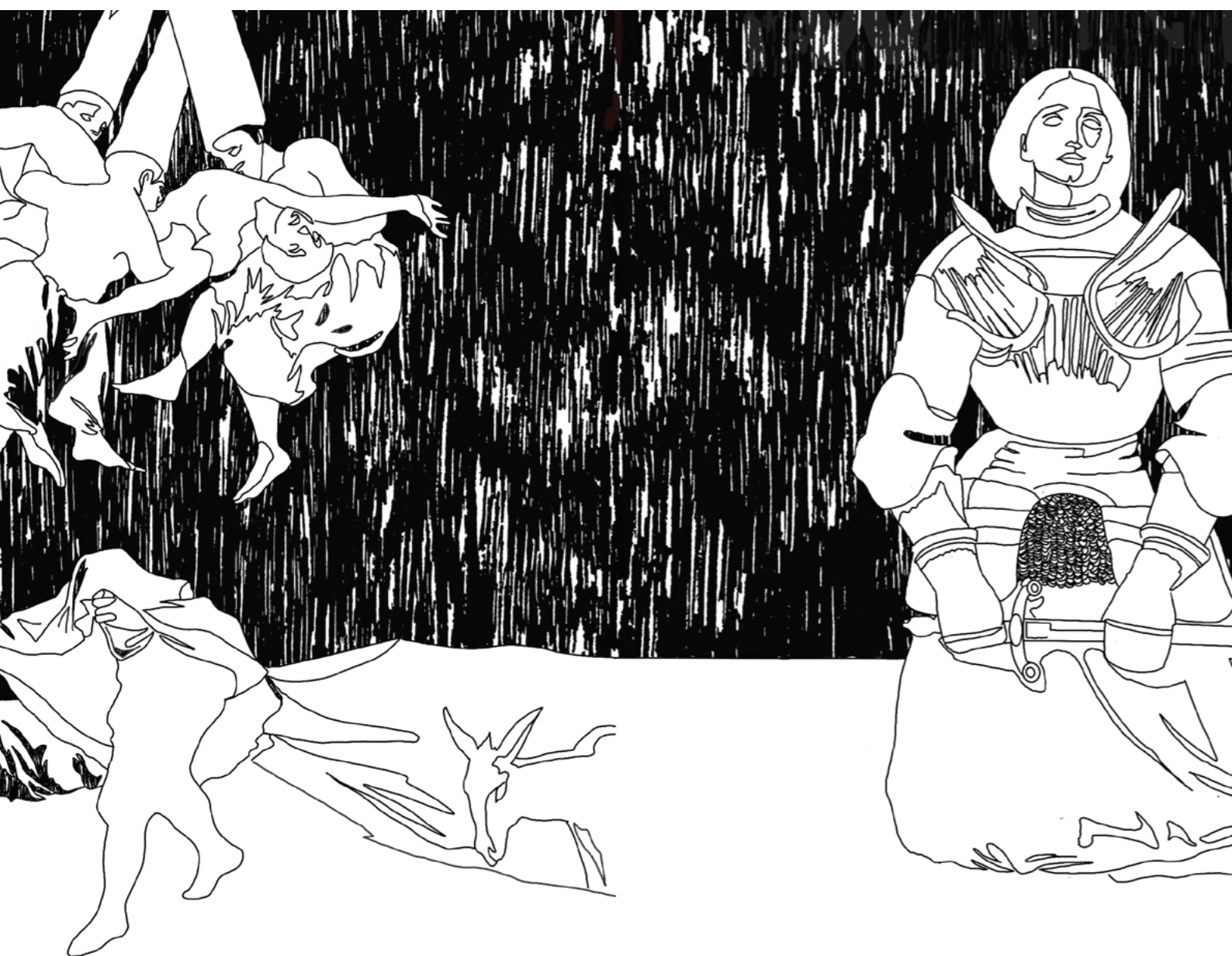


Anexo, 2.





El nombre viene dado por una de las canciones de Florence & the Machine, quienes forman exclusivamente esta *playlist*. Los textos de las láminas que se recogen en este volumen hablan del desamor que tiene por responsable a una figura femenina, argumento reiterativo en todos los ámbitos de nuestra cultura. Para continuar con el juego de palabras, en la portada aparece Juana de Arco y en la contraportada una interpretación de Vuelo de brujas (1798) de Goya. Tras liderar a Francia hacia la victoria en la Guerra de los Cien Años, Juana de Arco fue acusada de brujería y, a pesar de haber desmentido las declaraciones, fue condenada a la hoguera después de un larguísimo juicio sin posibilidad de defensa. Mientras tanto, la obra del artista español, denunciado a la Inquisición debido a su conocida hostilidad hacia el tribunal, fue un encargo para la duquesa de Osuna. Representa a unos campesinos que se protegen del “mal de ojo” y el burro como símbolo de ignorancia, es una clara declaración por la defensa de la ilustración ante las supersticiones de su época.



Anexo, 3.

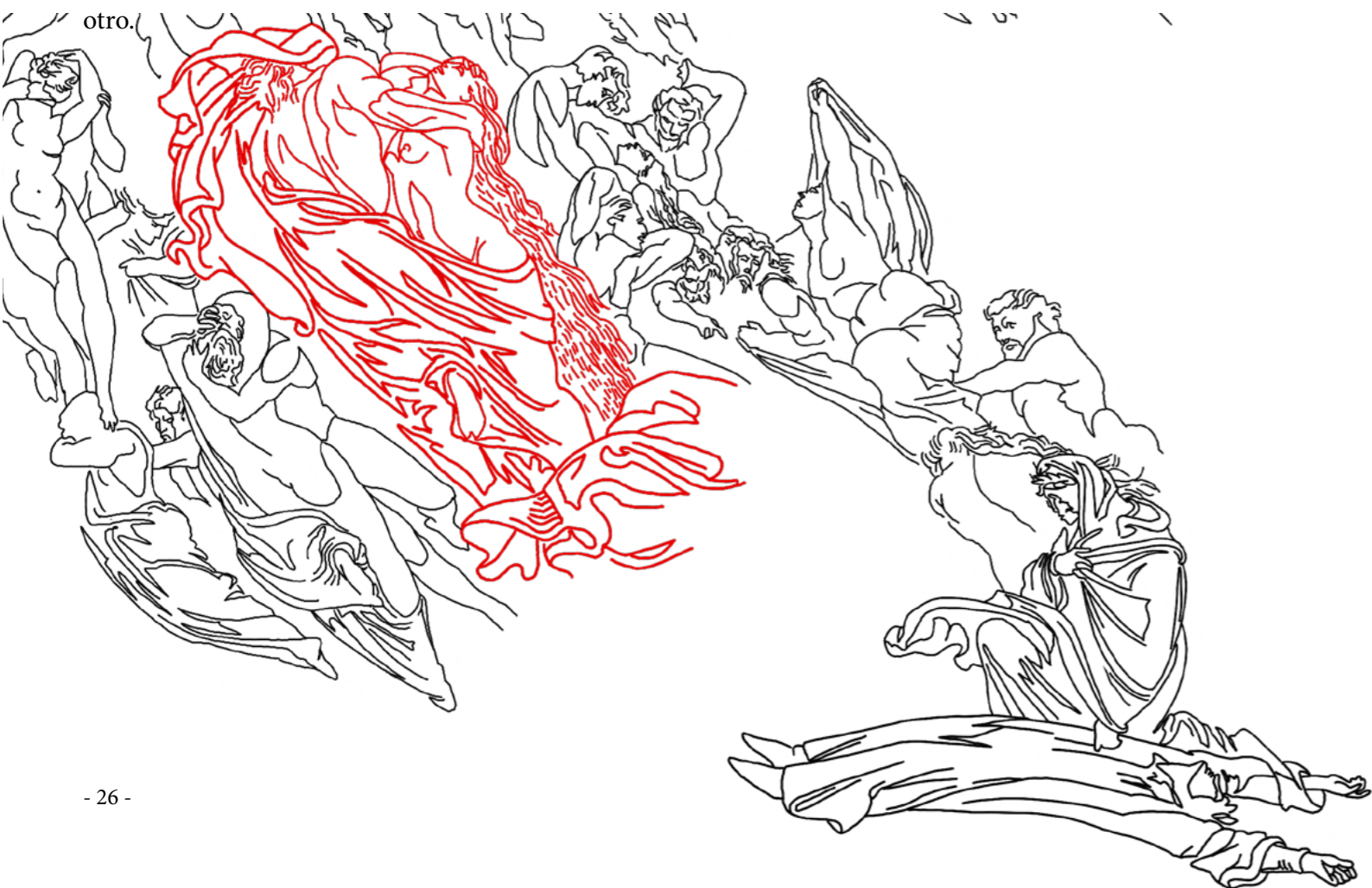




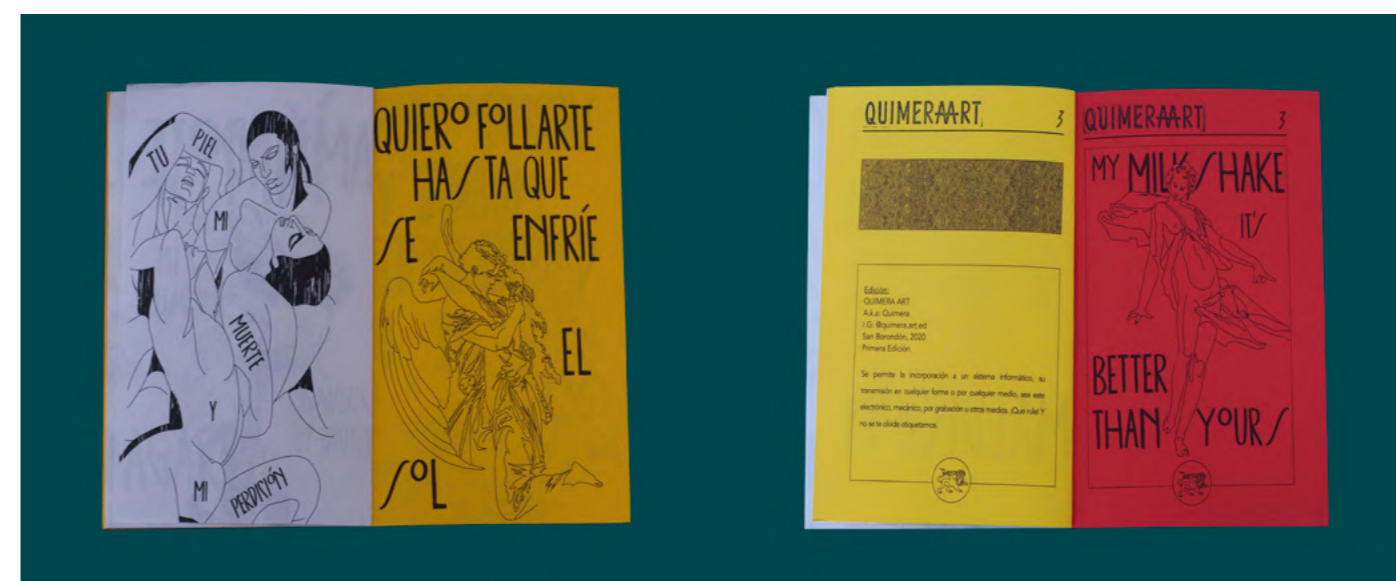
Paolo Malatesta junto a Francesca de Rimini son dos personajes reales de la alta aristocracia italiana que Dante inmortalizó en la Divina Comedia para denunciar el estigma del Amor Cortés, poemas altamente eróticos de la literatura medieval, condenados por incitar al pecado carnal. Por cuestiones estratégicas entre familias, Francesca fue obligada a casarse con el mayor de los Malatesta, mientras que Paolo, ya estaba casado para satisfacer sus grandes aspiraciones políticas. Dante se encuentra con sus almas condenadas en el inframundo y éstos, le narran su desdicha, desde su inocente acercamiento a partir de la lectura hasta que encontraron la muerte a manos del hermano mayor de Paolo y marido de Francesca, tras quedar su adulterio al descubierto.

En el interior del fanzine aparece como guarda una ilustración de Las rosas de Heliogábalo (1888) por Lawrence Alma-Tadema. En ella se muestra una gran fiesta del emperador quien, supuestamente, provocó la muerte de muchos de sus invitados al arrojar sobre ellos una cantidad excesiva de pétalos de rosas. El emperador Heliogábalo fue demasiado transgresor en su época en cuanto a las leyes que restringían la libertad sexual durante su reinado en la antigua Roma. Propensión que aprovecharon sus opositores políticos en el Senado para, como suele ser costumbre en la historia, difamarlo de todas las formas posibles y fue entonces cuando el emperador quedó descrito para la posteridad como un perverso que ejercía más la prostitución que la gobernanza.

Las canciones de la *playlist* describen un intenso apetito carnal entre unos personajes que no pueden amarse de la forma deseada y que al mismo tiempo están malditos al ser incapaces de renunciar el uno al otro.



Anexo, 4.





# COZIDOS MEDIOSITIO

MEDIOSITIO es el fanzine colaborativo que se realizó el 1 de Noviembre del 2019 en un taller de Las Palmas de Gran Canaria, donde al día siguiente se acogería a varios artistas e interesados en el mundo de la autoedición en la Feria de Cozidos. El trabajo estuvo dirigido por Mon Magán, quien siempre ha mantenido gran interés en facilitar información acerca de los fanzines y lo demostró en su documental Grapas, donde habla de la historia del fanzine en nuestro país pero sobre todo, fomenta la creatividad de este formato mediante sus cuentas en redes sociales de Youtube e Instagram.

El grupo transdisciplinar presente en el taller de Studio37 partió de distintos recursos que tenían a mano, desde el contenido mismo de un bolso a una máquina de escribir. Cada uno trabajó por separado en dos páginas para finalmente, bajo la batuta de Mon Magán, descubrirse un posible vínculo de unión para conseguir hacer más fluido el discurso entre las distintas piezas.

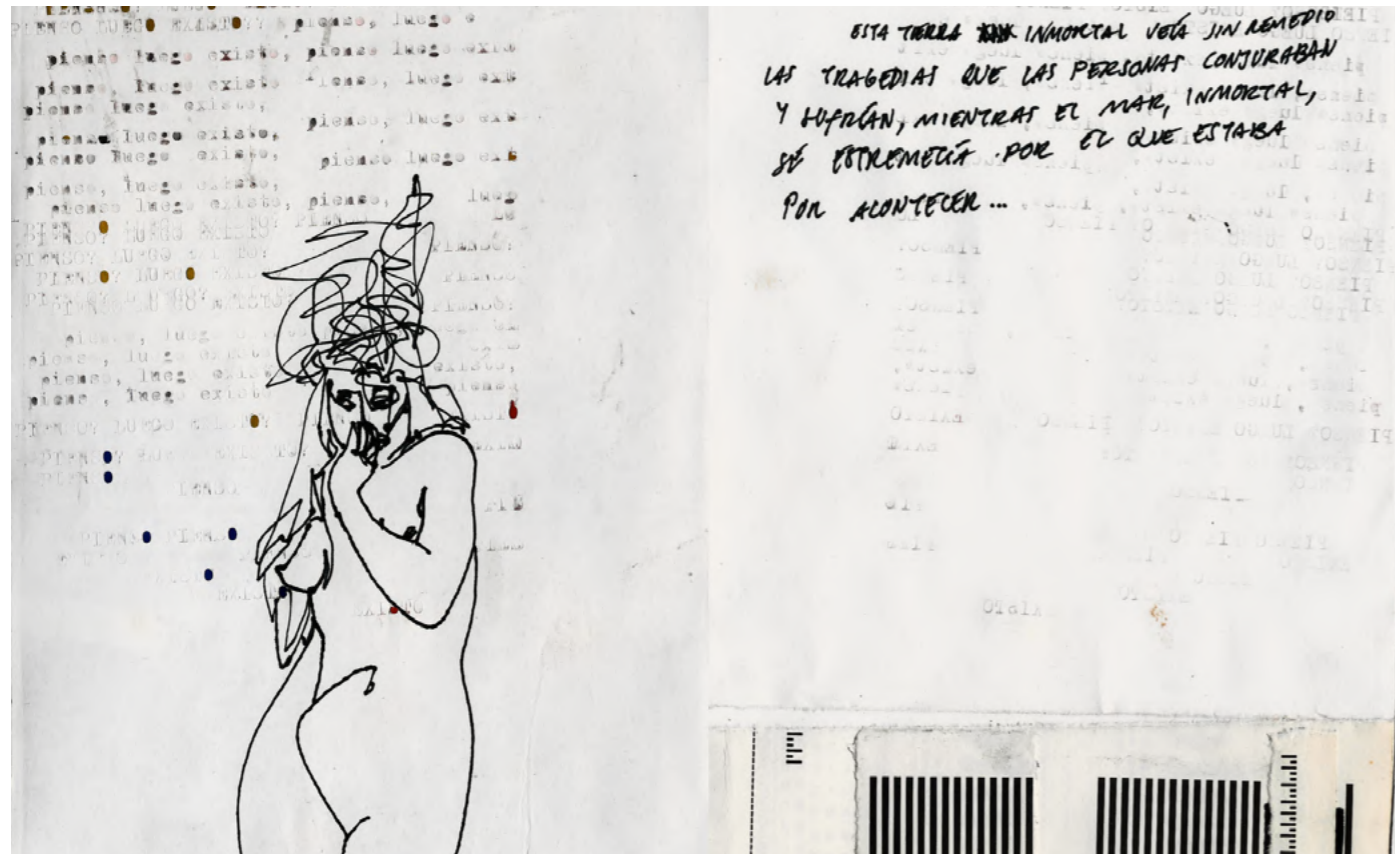
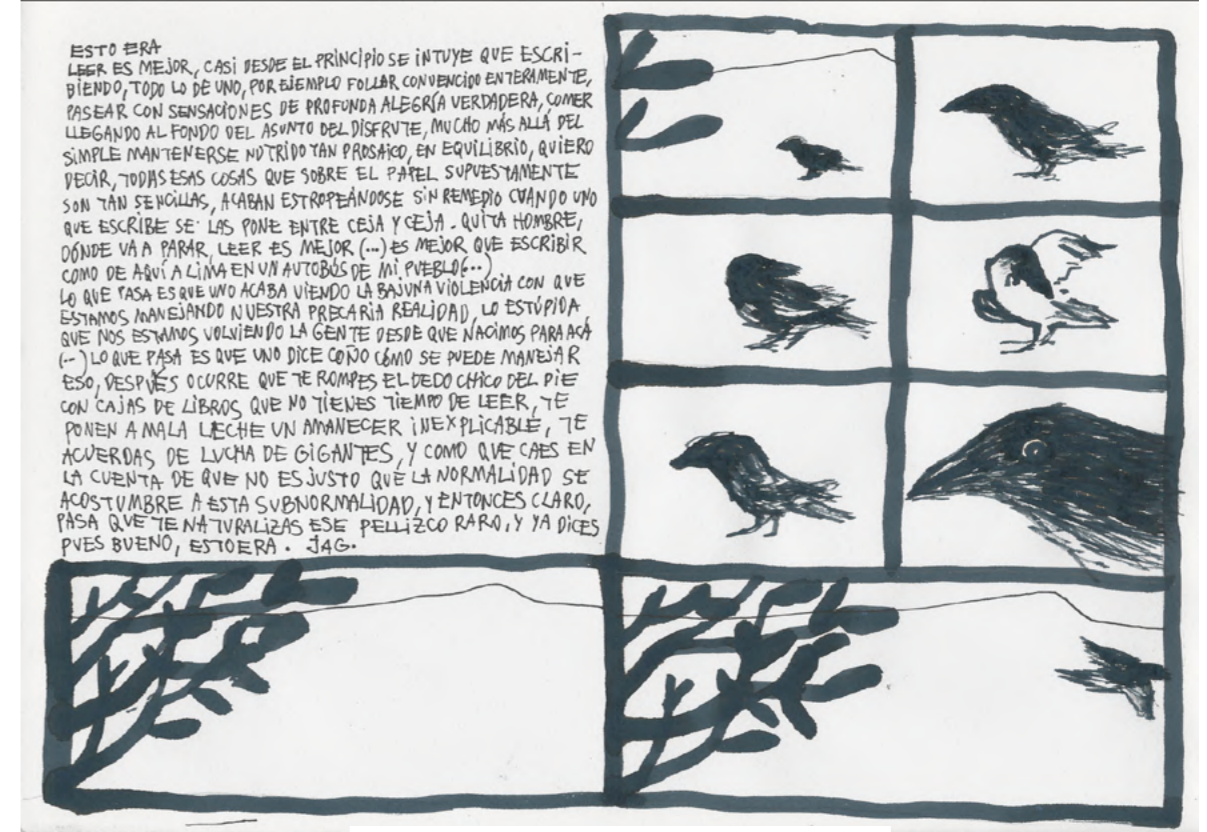
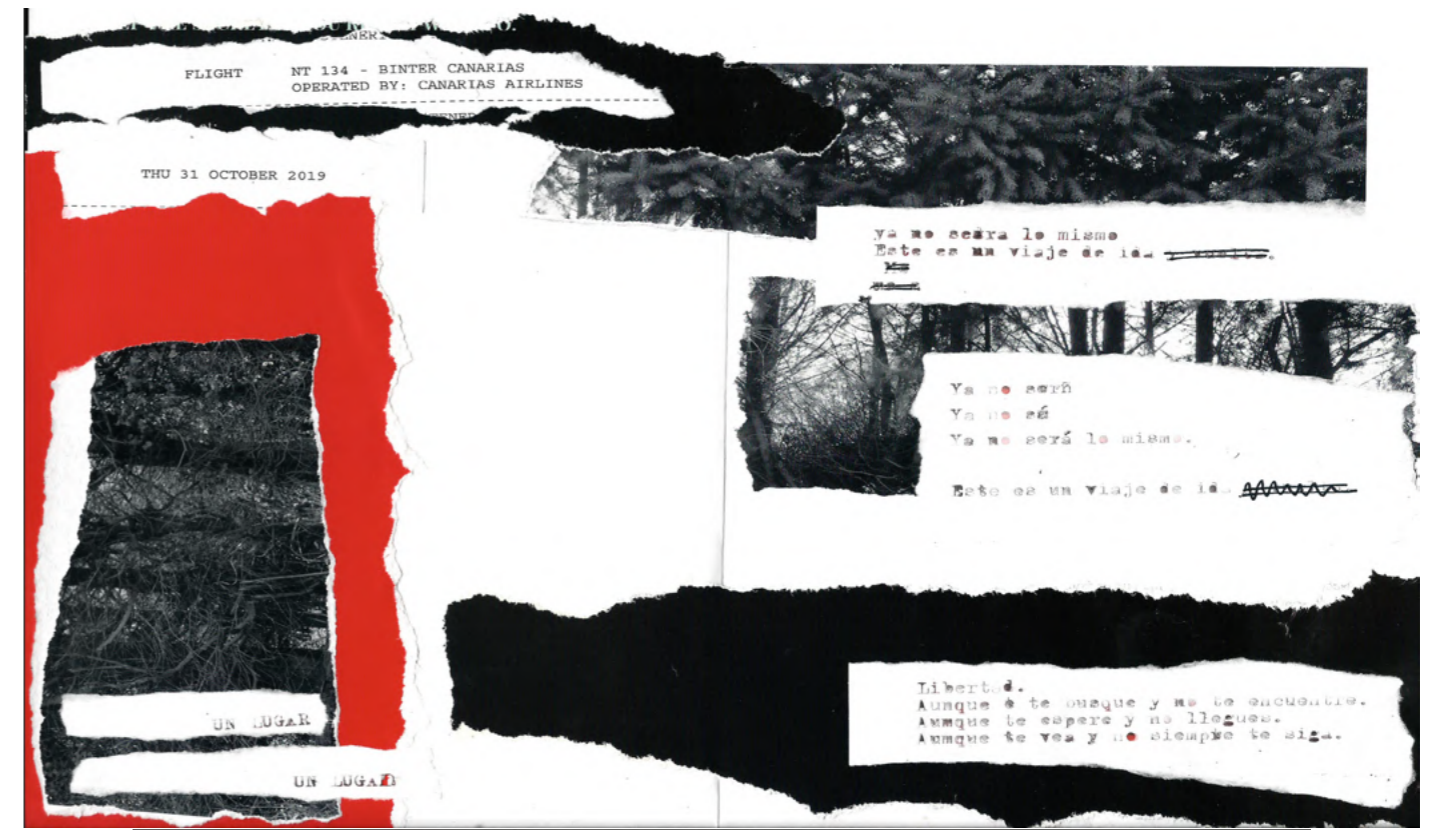


Imagen superior: Ilustraciones de la marca para el fanzine.  
Imágenes de la siguiente página son muestras de Mediositio, 2019.

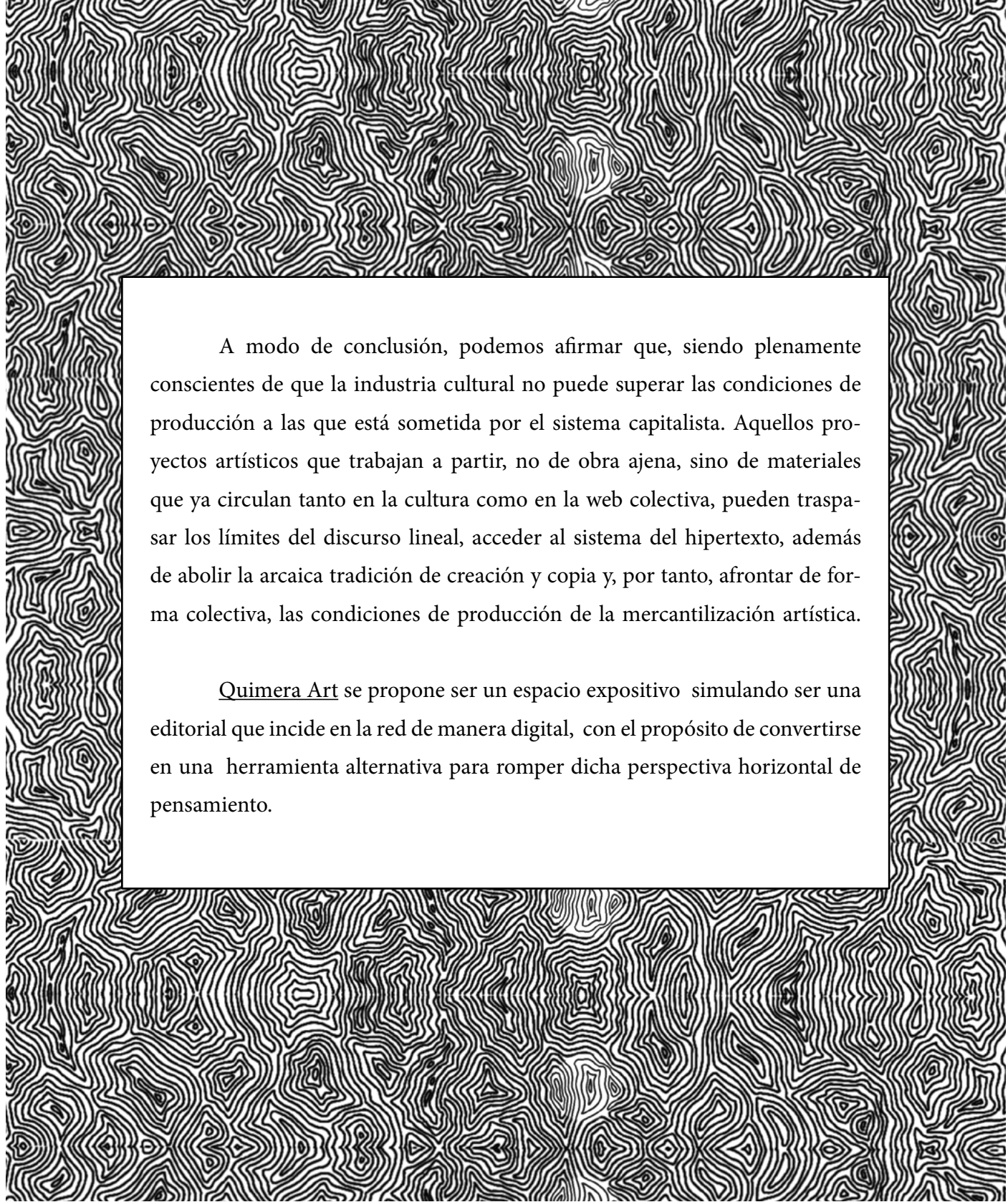


Anexo, 5.



# CONCLUSION

---



A modo de conclusión, podemos afirmar que, siendo plenamente conscientes de que la industria cultural no puede superar las condiciones de producción a las que está sometida por el sistema capitalista. Aquellos proyectos artísticos que trabajan a partir, no de obra ajena, sino de materiales que ya circulan tanto en la cultura como en la web colectiva, pueden traspasar los límites del discurso lineal, acceder al sistema del hipertexto, además de abolir la arcaica tradición de creación y copia y, por tanto, afrontar de forma colectiva, las condiciones de producción de la mercantilización artística.

Quimera Art se propone ser un espacio expositivo simulando ser una editorial que incide en la red de manera digital, con el propósito de convertirse en una herramienta alternativa para romper dicha perspectiva horizontal de pensamiento.

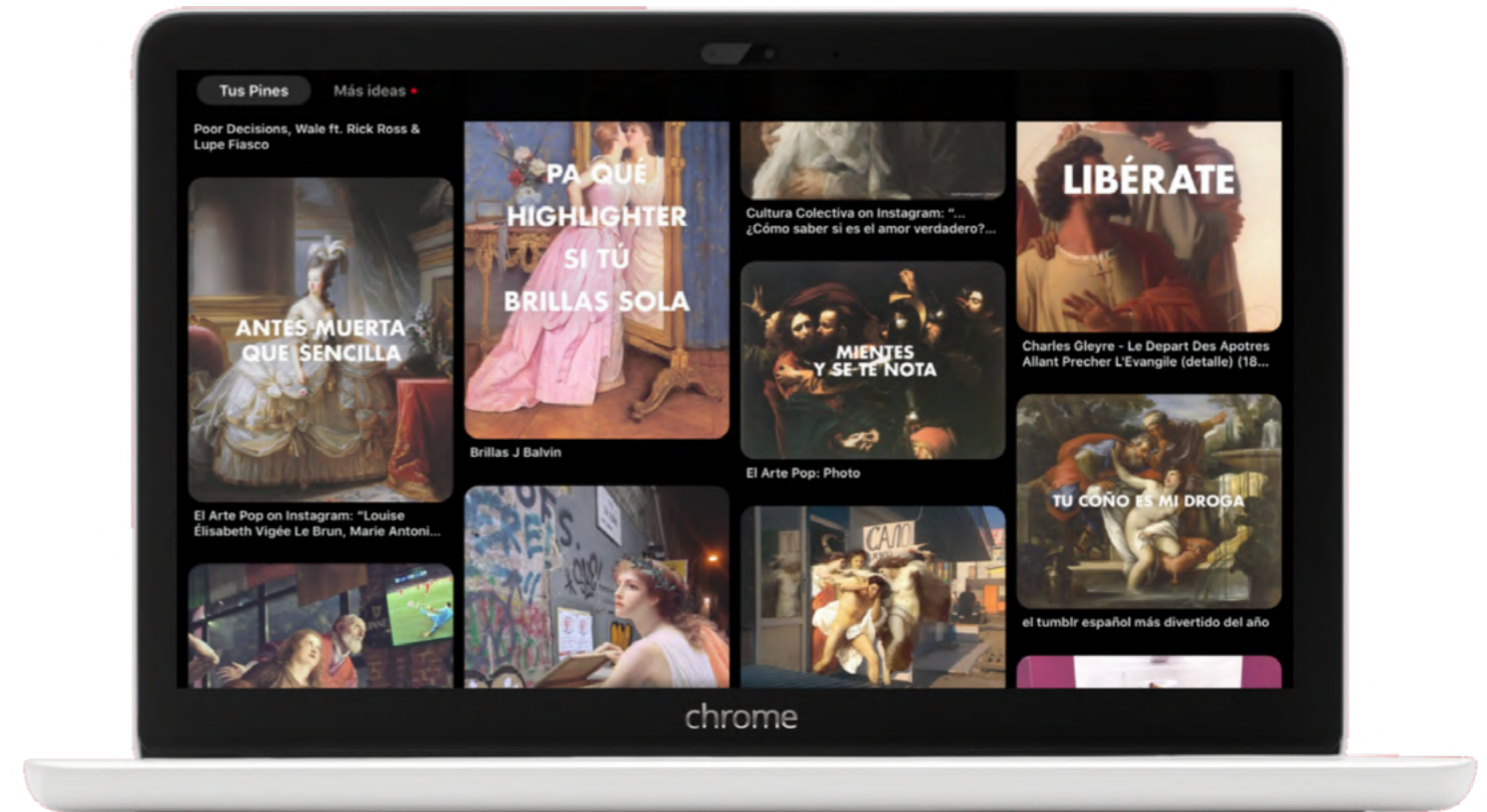


# ANTECEDENTES



ANÓNIMOS EN PINTEREST E INSTAGRAM:

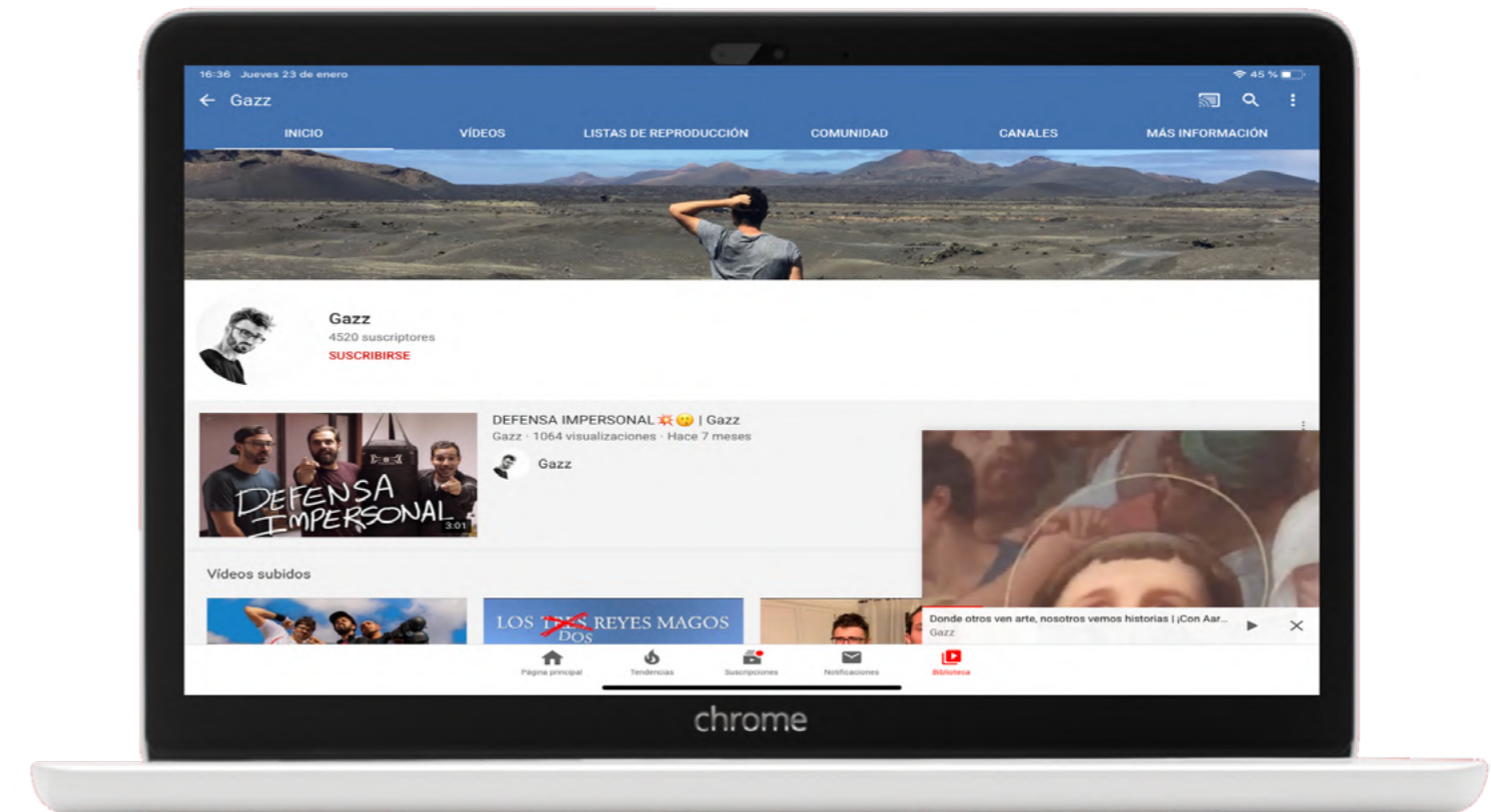
<https://pin.it/3Bt68eU>



@GAZZ:

<https://youtu.be/qZLN5Ai9rA0>

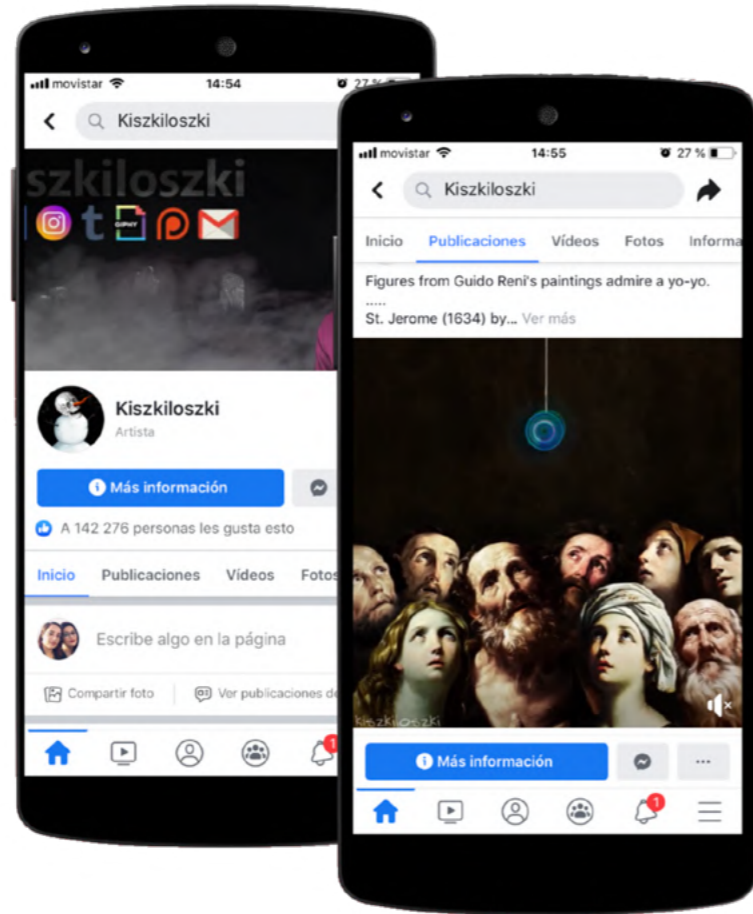
<https://youtu.be/MYjqgn7W9YU>





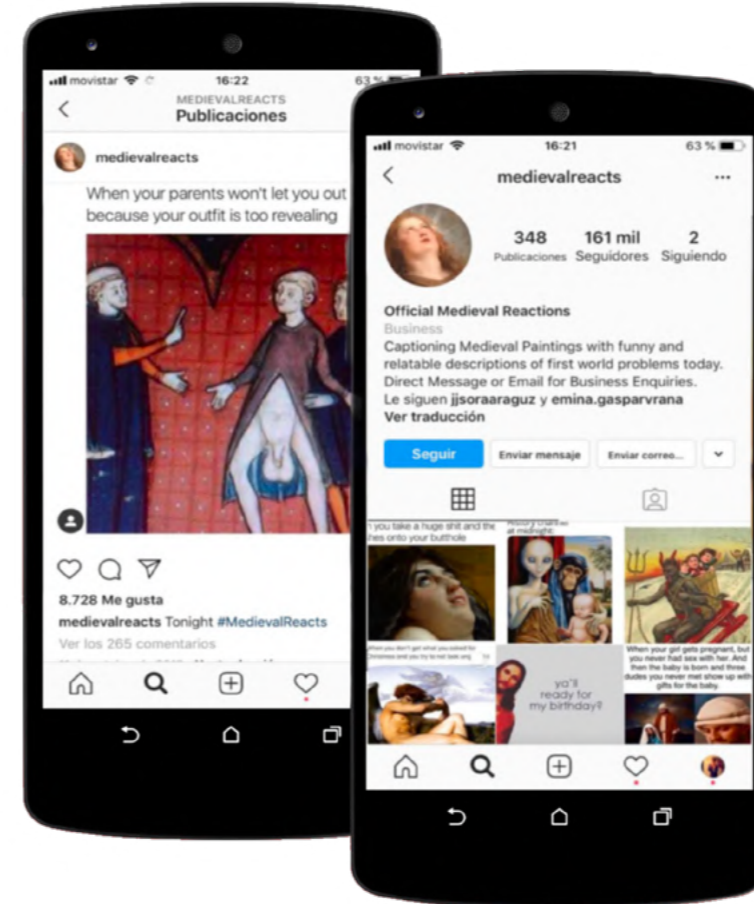
@KISZKILOSZKI:

<https://www.facebook.com/kizskiloszki/>



@MEDIEVALREACTS:

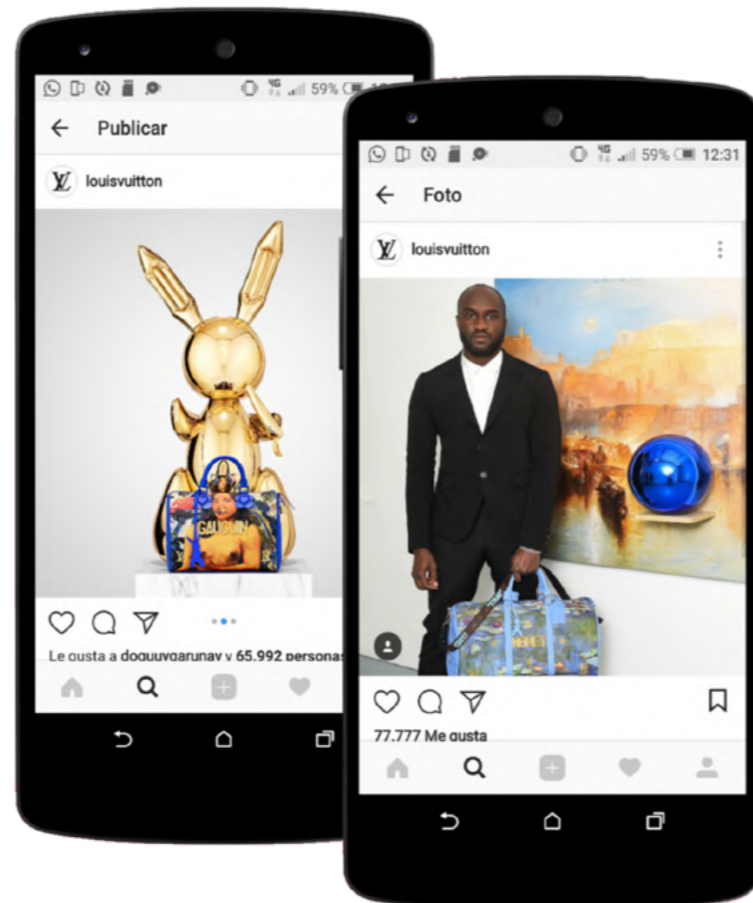
<https://www.instagram.com/medievalre-acts/?hl=es>



@LOUISVUITTON & JEFF KOONS (COLAB):

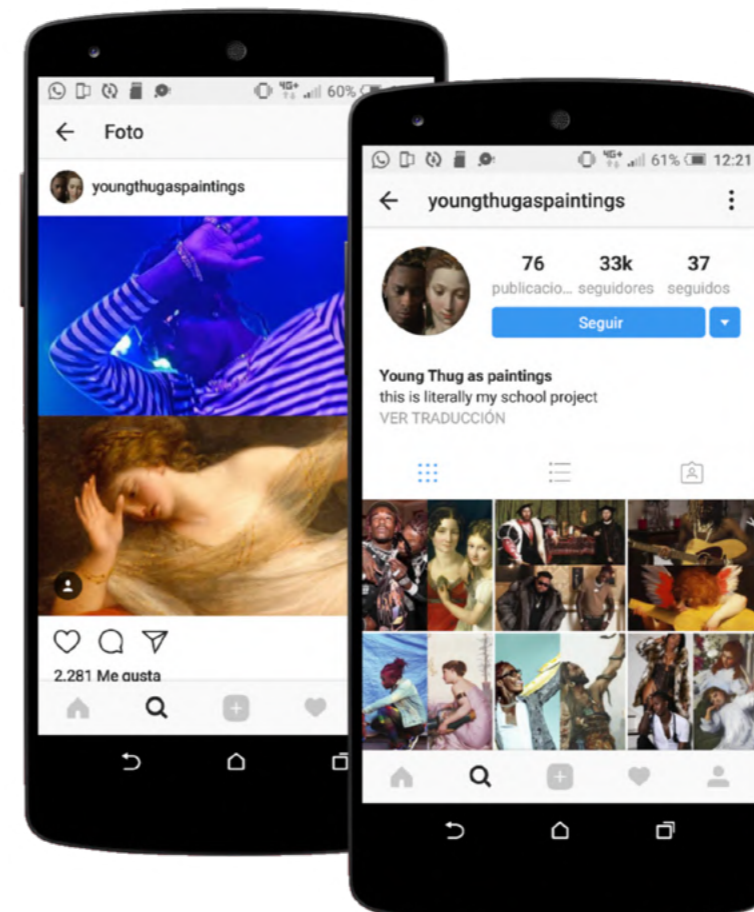
<https://youtu.be/SnLDy56VDZM>

<https://youtu.be/T7zoQR1X1qA>



@YOUNGTHUGASPAINTINGS:

<https://www.instagram.com/youngthugas-paintings/?hl=es>





# REFERENTES



## ARTISTAS DEL ART DECO Y ART NOUVEAU

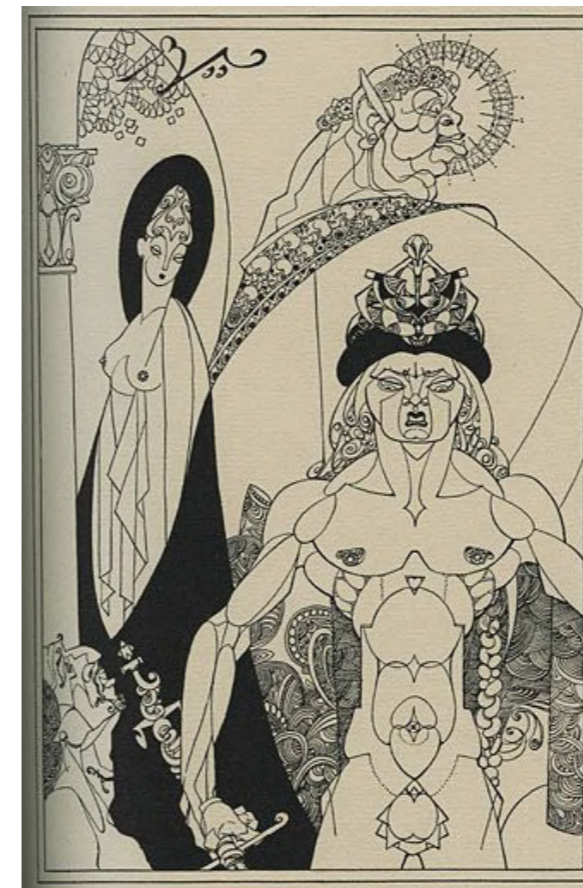
Aubrey Vincent Beardsley (1872 - 1898)



George Barbier (1882 - 1932)



Robert Stewart Sherriffs (1906 - 1960)

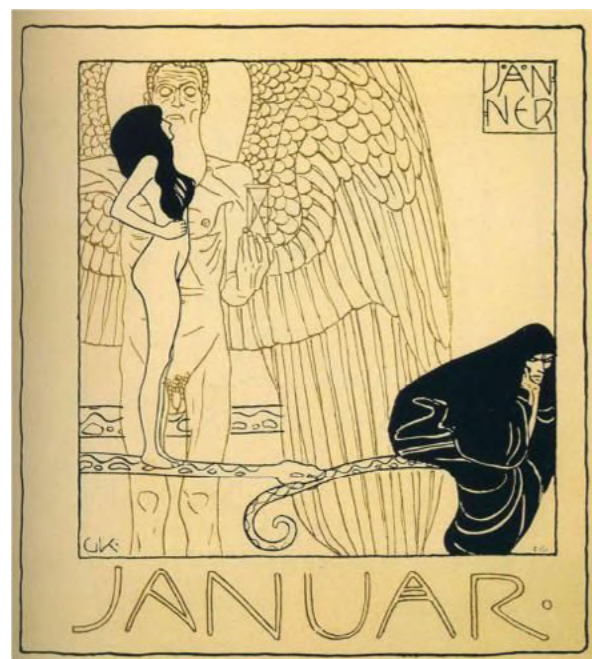


Se ha visto necesario mencionar a los presentes artistas multidisciplinarios debido a sus obras llenas de líneas sencillas así como su contraste con los negros tan puros y amplios acompañados de diferentes patrones y texturas, como los que podemos encontrar en arte y decoración del Art Déco. Además de la similitud de algunas de las piezas con el grabado japonés son elementos que casan con la estética de las ilustraciones que se realizan para la marca.



ARTISTAS DEL ART NOUVEAU Y SIMBOLISMO

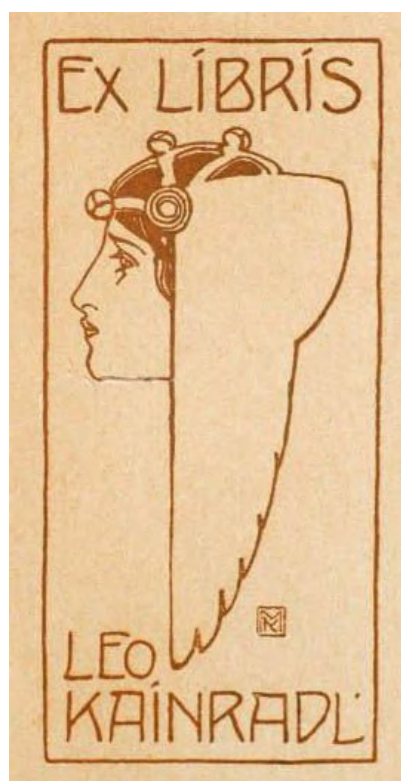
Gustav Klimt (1862 - 1918)



Jesse Marion King (1875 - 1949)



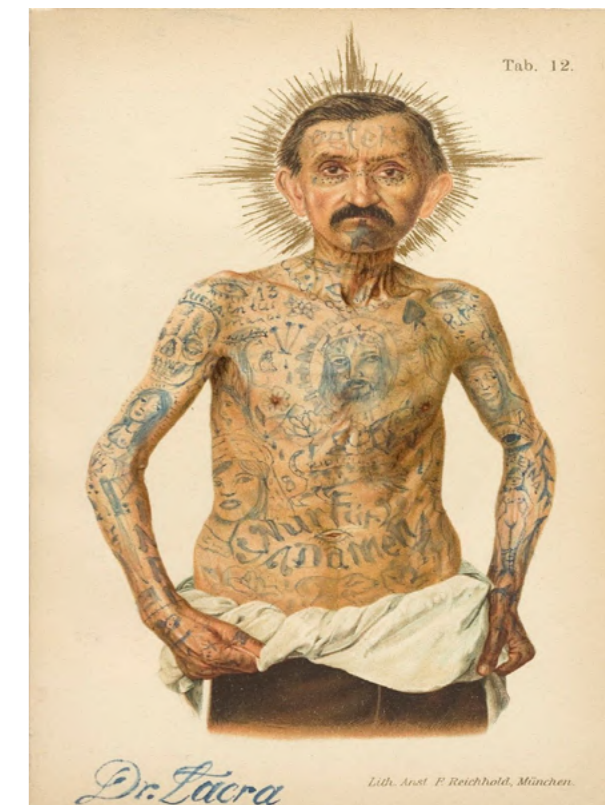
Koloman Moser (1868 - 1918)



La cartelería del Art Nouveau, ilustraciones de "Ex libris" y Arts and Crafts, son importantes a la hora de buscar imágenes de referencia para la composición de las piezas individuales del proyecto.

Dos austríacos y una británica destacan en este apartado debido a su carácter modernista y a sus ilustraciones de líneas en contraposición con las tipografías.

DR. LAKRA (A.K.A. JERÓNIMO LÓPEZ RAMÍREZ) (1972):



Artista mexicano vinculado al mundo del tatuaje que utiliza este estilo en sus piezas para transmitir la influencia prehispánica y de las bandas urbanas. Interviene sobre modelos de revistas de los años 50 y sobre muñecos.

MARCEL BROODTHAERS (1924 - 1976):



La obra de este poeta, artista y cineasta belga se centra en responder, o más bien resaltar, la problemática de la industria cultural, la mercantilización de las producciones culturales y del conocimiento. En 1968 inaugura un museo ficticio y representa a todos los cargos que intervienen en ella hasta su venta.

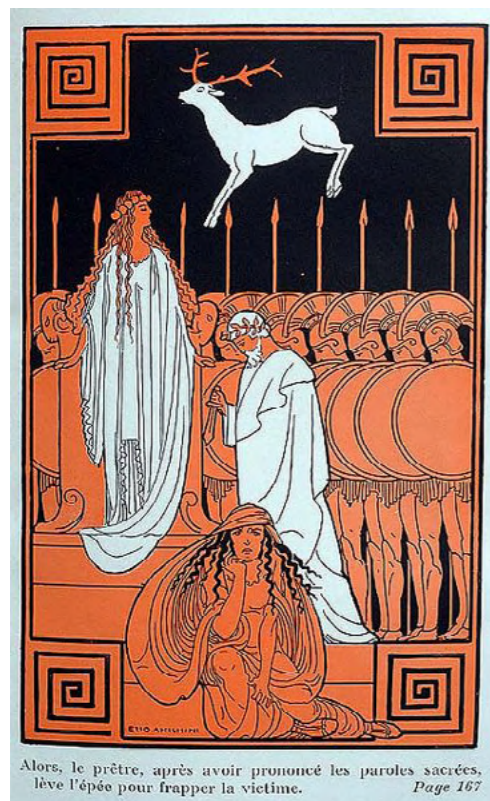


MARCEL DUCHAMP (READYMADE) (1887 - 1968):



Duchamp se planteaba el significado de ser artista y destacamos la idea detrás del *ready-made* donde desvincula el ejercicio artístico del concepto romántico asociado al artista maestro, así como de la idea de una creación hermosa debido a una súbita inspiración distanciada de cualquier contexto.

MITOLOGÍA Y RELIGIÓN:



En numerosas láminas de los fanzines se hace referencia a personajes de la mitología, sobre todo grecorromana y en menor medida a la hindú. Así mismo, se representan también figuras de la religión cristiana.

OCULTISMO, SIMBOLOGÍA E HISTORIA:

Javier Sierra (1971)



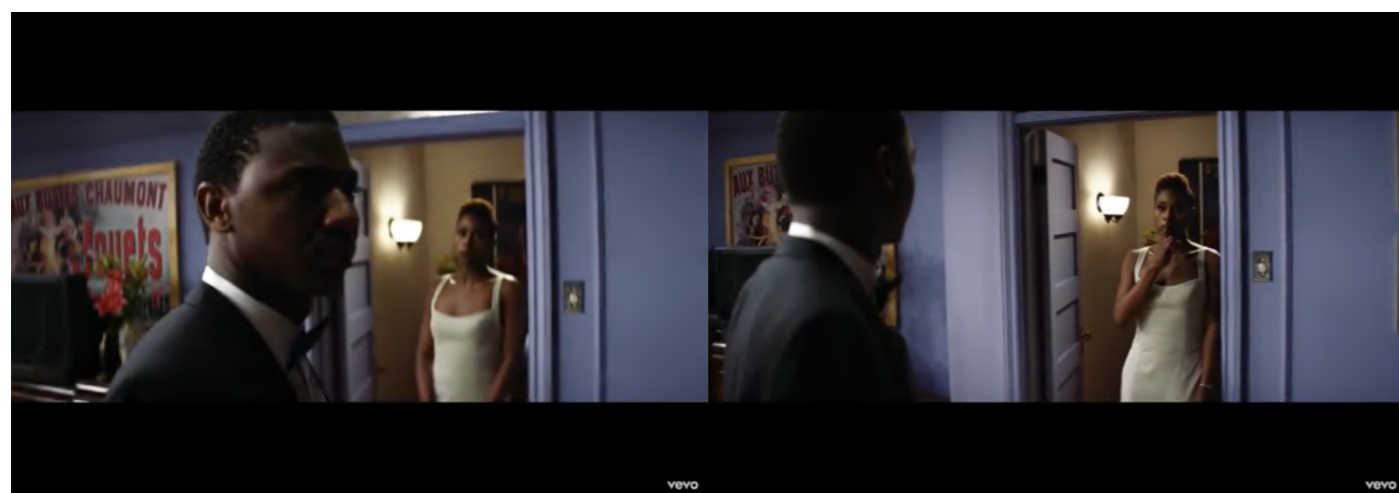
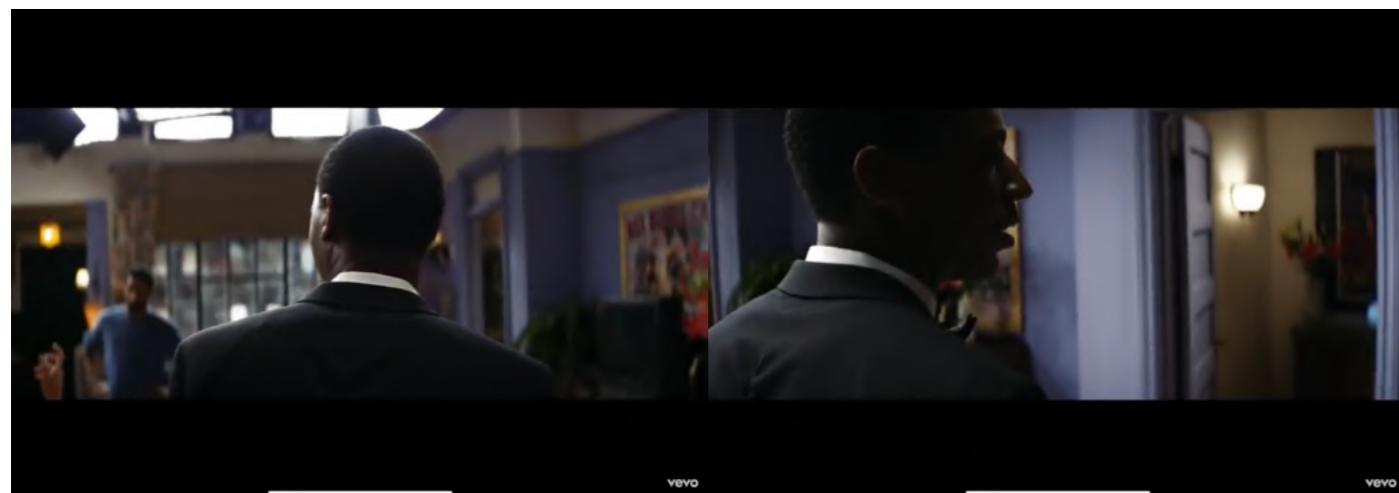
Reconocido periodista y escritor español que ha realizado obras como El maestro del Prado (2013) y La cena secreta (2004) entre otras, también es conocido por su serie de documentales para Movistar+ (#0) y colaboraciones en los programas de Iker Jiménez (Cuarto Milenio y la Estirpe de los libres).

Arsgravis

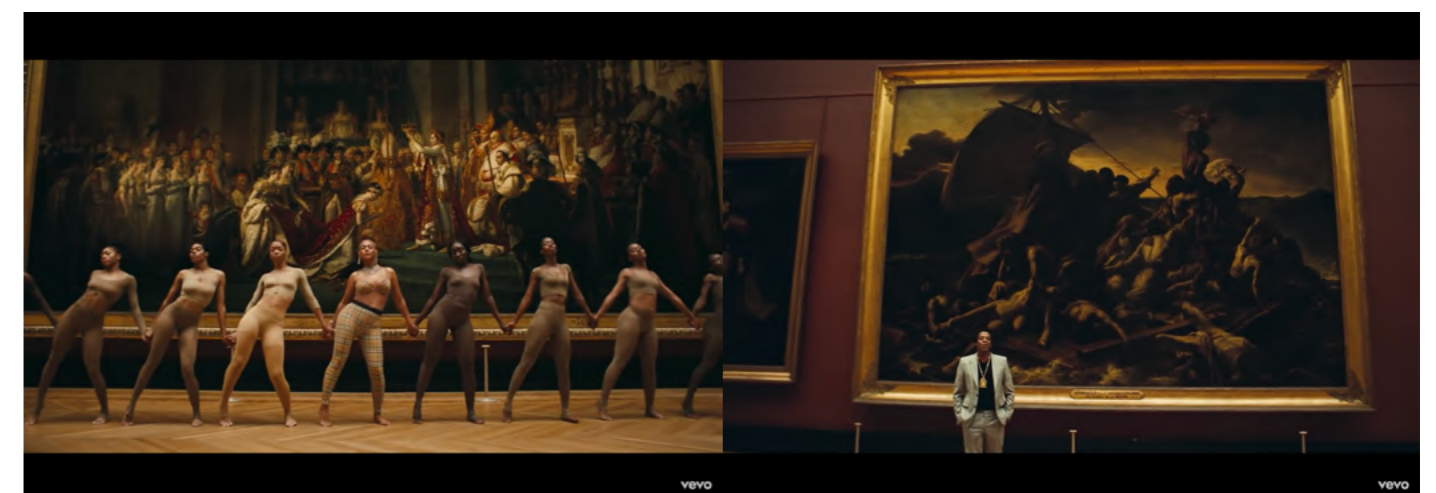
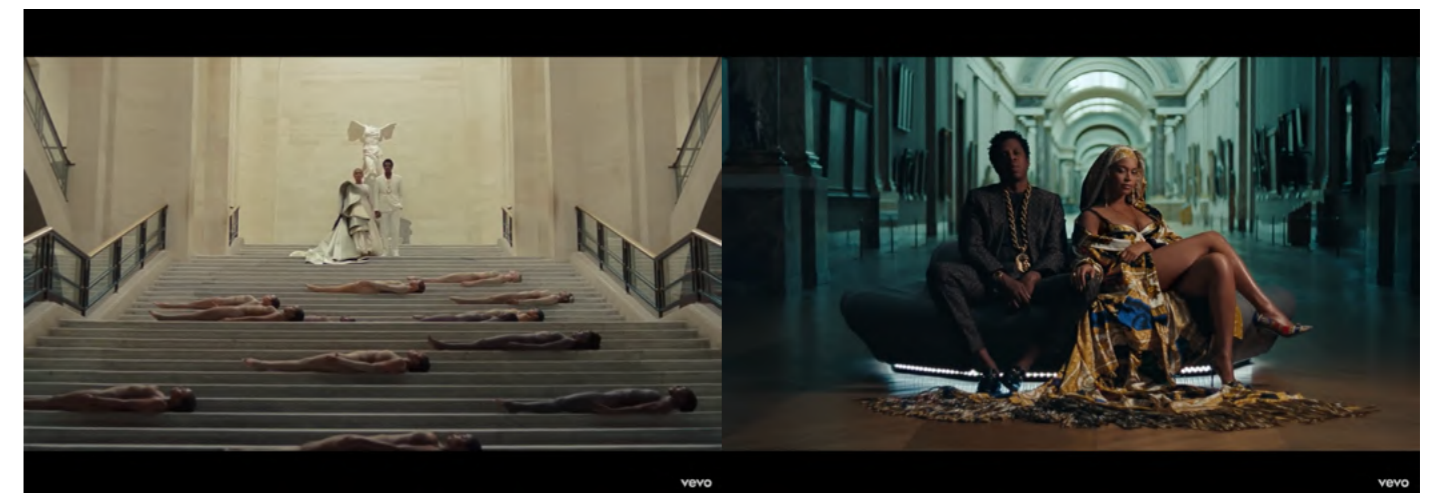
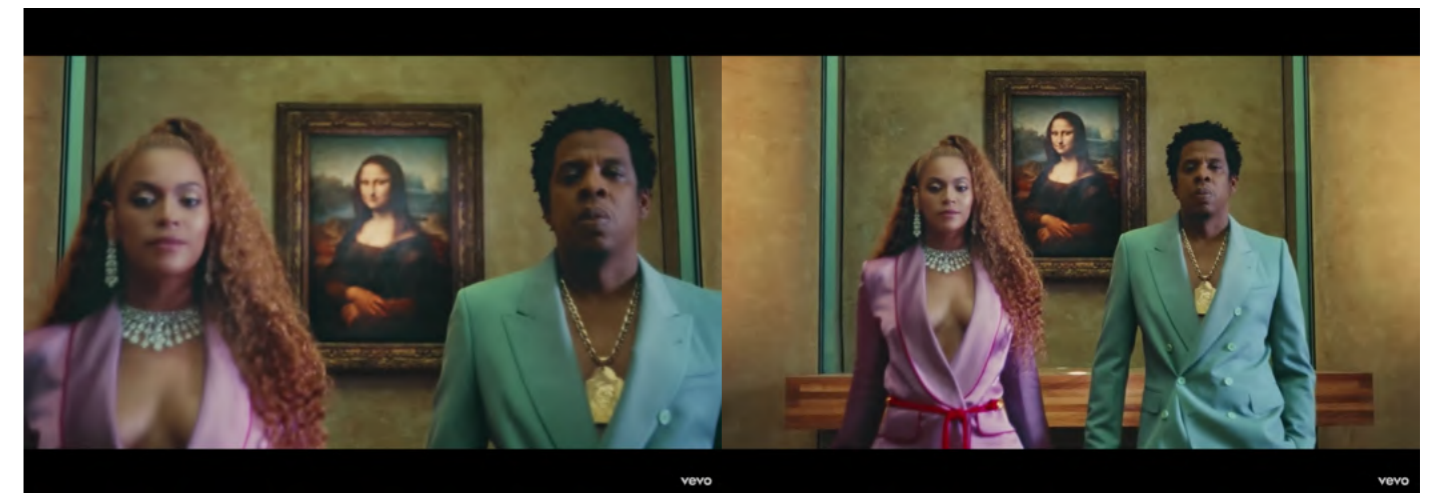


Mucha de la información recogida en los libros de Javier Sierra, reportajes de simbolismo y ocultismo, y algunos artículos de páginas web como Arsgravis son fuentes útiles para enlazar obras o personajes históricos para ciertas canciones que pueden ser, de alguna forma, un guiño que a primera vista se pase por alto.





Jay Z, uno de los más famosos raperos estadounidenses, llamó la atención en el 2017 con este videoclip tan crítico, cuyo título homenajea a la película de Barry Jenkins que se llevó el Oscar a Mejor Película a pesar de que primero le dieron el premio por error a La La Land. Con este remake de Friends completo de un elenco afroamericano el rapero pone sobre la mesa la discriminación racial. Sin embargo, en los comentarios del vídeo se puede ver que el efecto fue el opuesto ya que en vez de captar la crítica los usuarios pedían que se realizara el remake, siguiendo el juego del sistema que consiste en cambiar de jugadores pero no el juego.



El matrimonio Carter se unió para realizar el trabajo que se viralizó en las redes con su provocativo mensaje de crítica social y racismo histórico anteponiendo cuerpos de distintas tonalidades de color frente a las obras del Louvre. El simple hecho de darle la espalda a la Gioconda, la obra más relevante, es un gesto de desvinculación con las representaciones de la supremacía blanca, que redujo la experiencia negra en la historia a unos papeles minúsculos y dio la vuelta al mundo en cuestión de horas.



# BIBLIOGRAFIA

---



A. (2020). Ciberspacio Y Resistencia - Exploración En La Cult. LA PERIFERICA.

Arribas, S. (2007, noviembre). Imagen y autodestrucción de la cultura: El museo ficticio de Marcel Broodthaers. Seminario Internacional: Memoria e industria cultural (imagen-aceleración-digitalización), 2-5. <http://proyectos.cchs.csic.es/sscv/sites/default/files/3SArribasImagenyautodestrucciondelacultura.pdf>

Brea, J. L. (2006). Estética, Historia del Arte, Estudios Visuales. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=4652>, 3, 8-25. <http://www.fadu.edu.uy/estetica-diseno-ii/files/2019/05/Estética-Historia-y-estudios-visuales-J-L-Brea.pdf>

Brea, J. L. (2010). Las tres eras de la imagen. Ediciones Akal.

Brea, J. L. (1996). Un ruido secreto: el arte en la era póstuma de la cultura (Primera edición ed.) [Libro electrónico]. Editorial Mestizo A.C. <http://libros.metabiblioteca.org:8080/bitstream/001/381/6/El%20ruido%20secreto.pdf>

Lara Morcillo, S. (2018). Nuevas metodologías colaborativas en la producción del arte: Ensamblaje cultural en la creación artística contemporánea. *AusArt*, 6(1), 235-257. <https://doi.org/10.1387/ausart.18901>

Prada, J. M. (2008). La creatividad de la multitud conectada y el sentido del arte en el contexto de la Web 2.0. *Ensayo, teoría y crítica de la cultura visual y el arte contemporáneo*, 5, 66-79. <https://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E140057.pdf>

Prada, J. M. (2009). Sampling-Collage. *EXIT*, 120-143. [https://www.juanmartinprada.net/textos/martin\\_prada\\_juan\\_sampling-collage.pdf](https://www.juanmartinprada.net/textos/martin_prada_juan_sampling-collage.pdf)

Serraller, F. C. (2017). Los tesoros ocultos del Museo del Prado. Fundación Amigos del Museo del Prado.

Sierra, J. (2014). El maestro del Prado (1aed., 1a imp ed.). Booket.

Vuelo de brujas. (2010, 9 mayo). Fundación Goya en Aragón. <https://fundaciongoyaenaragon.es/obra/vuelo-de-brujas/525>



# ANEXO

---



## LINKS DE CÓDIGOS QR:

1. Vídeos promocionales para la marca, 2020; p. 17.

[https://www.youtube.com/feed/my\\_videos](https://www.youtube.com/feed/my_videos)

2. Fanzine I: Kali's dance, 2020; p. 23.

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1ABZI23KRSLyE79D6zX5gDWKg0wdPfu5b>

3. Fanzine II: Which witch, 2020; p. 25.

[https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1A2AptIHFEsfg5ScJ\\_eZg0WsvIx2bDSR](https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1A2AptIHFEsfg5ScJ_eZg0WsvIx2bDSR)

4. Fanzine III: Malatesta, 2020; p. 27.

[https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1dqBmKO9Mzqei36ssfsowiGNWNRvBFdn\\_](https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1dqBmKO9Mzqei36ssfsowiGNWNRvBFdn_)

5. Fanzine IV: Mediositio, 2019; p. 23.

[https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1v-7WStJympS\\_btwkbOYE8p-VrKCCDTxc](https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1v-7WStJympS_btwkbOYE8p-VrKCCDTxc)