

ME SEDUCE MUCHO, POQUITO O NADA: ILUSIÓN E INGENUIDAD EN EL POP ART DE JULES HOLLAND

LEOPOLDO TILLERÍA AQUEVEQUE
Universidad Bernardo O'Higgins (UBO), Chile.

Resumen:

Se hace un viaje al *pop art* del artista visual neerlandés contemporáneo Jules Holland. Tras la observación de tres de sus óleos recientes, se llega a la conclusión de que el binomio *pop art*/ingenuidad constituiría el fundamento estético de la ilusión en el arte del europeo. El *trompe-l'oeil* y el espejo, como recursos de esta ilusión, además del propio “universo Kahlo”, hacen que el *pop art*, el post-posmodernismo y la misma realidad sufran una embestida tal, que la contemplación de las obras de Jules Holland nos parece una pura forma del juego.

Palabras clave:

Ilusión, ingenuidad, Jules Holland, *pop art*, seducción.

Abstract:

This is a journey into the Pop Art of contemporary Dutch visual artist Jules Holland. After observing three of his recent oil paintings, we conclude that the Pop Art/naïveté pairing constitutes the aesthetic foundation of illusion in the European artist's art. *Trompe-l'oeil* and the mirror, as resources of this illusion, in addition to the “Kahlo universe” itself, cause Pop Art, post-postmodernism, and reality itself to suffer such an onslaught that contemplating Jules Holland's works seems like a pure form of play.

Keywords:

Illusion, naïvety, Jules Holland, pop art, seduction.

§1. INTRODUCCIÓN

Se ha dicho, y con justa razón, que la modernidad supone un cambio en los evangelios, que las malas y las buenas nuevas ya no se mantienen fijas en su sitio, y que el decoro fluctúa hasta el punto que lo debido y lo indebido intercambian sus puestos (Sloterdijk 2020, 333). También, se ha descrito al arte posmoderno como la síntesis entre esquizofrenia y pastiche. Lo posmoderno, entonces, sería algo así como la mezcla perfecta entre la máxima entropía y la intención de plagiar lo original, y aparecer como el sujeto independiente o innovador en las distintas esferas que componen la vida actual.

En este artículo, a guisa de estas breves pero decidoras palabras, nos proponemos demostrar que la obra del artista neerlandés contemporáneo Jules Holland se halla en las antípodas de este posmodernismo, es decir, en la línea de lo que nos arriesgariamos en llamar post-posmodernismo. Esto, si aceptamos que en el post-posmodernismo, la hermenéutica de la situación, cuyo fundamento teórico-político es el neoliberalismo de carácter ultraconservador, funda un marco interpretativo para las humanidades que les permite funcionar como herramientas para producir una cartografía que puede diagnosticar y responder al presente post-postmoderno (Alfaro 2014, 111). Tal respuesta al presente post-posmoderno, la vemos precisamente en el trabajo de Holland, a propósito de lo que, por ahora, adelantaremos como la analogía entre *pop art* e ingenuidad.

Epistemológicamente, la investigación se realiza a partir de la filosofía del arte y no desde la estética, puesto que esta, a fin de cuentas, resultaría un mero comentario –científico en el plano de la forma– a un ámbito ontopsicológico natural y exotérico (Kobau 1999, 97). Como tampoco da lo mismo desde qué teoría se haga la interpretación filosófica del arte (Pineda 2011), diremos que en el escrito esta suerte de piedra filosofal (piedra, en el sentido literal de apoyo o sostén) la constituye la teoría de la seducción de Jean Baudrillard, cuyos conceptos fundamentales se exponen en *De la seducción*, de 1979.

El trabajo se divide en cinco secciones: Luego de la introducción, esbozaremos una especie de marco teórico mediante una aproximación al concepto de post-posmodernismo y una síntesis de la teoría de la seducción de Baudrillard. En este apartado, nos detendremos un poco más en la idea de ilusión y, al final, nos referiremos al enfoque utilizado, que involucra una hermenéutica centrada en tres de las obras de Holland: *Bohemian Native Spirit*, de 2024; *Frida's Tribal Journey*, de 2024; y *My name is Beyoncé*, de 2023. Después, presentaremos el trabajo hermenéutico propiamente tal, en un acápite titulado *Pop art versus ingenuidad*. Finalmente, expondremos las conclusiones y las referencias.

§2. ENCUADRE TEÓRICO Y ENFOQUE EPISTEMOLÓGICO

§2.1. Post-posmodernismo estético

Quisiéramos traer a colación una primera noción de post-posmodernismo, si bien proviene puntualmente del ámbito político-financiero. Se trata de la definición de Nealon (2012), que señala que el post-posmodernismo es “la lógica emergente de algo más (que la lógica de la producción de bienes y servicios): no necesariamente algo ‘nuevo’, sino un diferente y más intenso modo de producción/consumo” (como se cita en Alfaro 2014, 104). Desde una óptica más sociológica, el post-posmodernismo encajaría con las nociones de verdad y de historia abordadas por Badiou, en el sentido de que representaría “un proceso donde las diversas identidades permanecen como la subjetivación de un interjuego entre la singularidad de un procedimiento de verdad y una representación de la Historia” (Pallarès y Chiva 2018, 847).

Ahora bien, ninguna de estas definiciones por sí sola nos convence del todo sobre la naturaleza estética de este post-posmodernismo. Sin embargo, una síntesis de aquéllas parece aproximarnos de mejor modo a nuestro objetivo. Esta tercera definición, y que explicitaría su conexión con el mundo del arte, sería, en sinopsis, la siguiente: un interjuego entre creación y contemplación de la obra, en que lo que cambia (respecto de los anteriores paradigmas) es la idea de modalidad, ya sea de la forma del producto del

arte o de su mecanismo de intercambio, en favor de la singularidad de la verdad (del arte) y de su nueva inscripción en la historia, y todo esto, lejos de los devenires de una posmodernidad esquizofrénica y globalizante.

§2.2. De la seducción

En su obra *De la seducción*, Baudrillard (2000) plantea que la seducción es el anverso del simulacro (de aquel producto que está en el nivel de la reproducción indefinida de los modelos), y que, por tanto, no sería del orden de lo real sino de lo hiperreal. Paradójicamente, el texto comienza diciendo no lo que la seducción es, sino cuál ha sido hasta ahora su papel: “Para la religión fue la estrategia del diablo, ya fuese bruja o amante. La seducción es siempre la del mal. O la del mundo. Es el artificio del mundo” (Baudrillard 2000, 9). La seducción sería, pues, otro de los nombres del mundo, solo que este nombre no daría razón de aquél, sino razones de los artificios simulados que precipitarían la caída de su significado (Calomarde 1997).

Esta suerte de metafísica del embrujo que es la seducción, puede entenderse mejor como destino o, para decirlo en los mismos términos que el filósofo, como la forma encantada del sinsentido de la realidad (Baudrillard 2000, 170). Es, remata el francés, lo que queda de reto, de sortilegio, de predestinación y de vértigo, pero sobre todo de eficacia silenciosa en un mundo de eficacia visible y de desencanto. Y tal eficacia, tales modos en los que la seducción tiende a enmascararse, son la ilusión, el juego, la muerte y el erotismo, cuatro dimensiones en las que el ser se hace reversible, en que caemos en una dualidad ancestral, no como polaridad, sino como límite y regla.

§2.3. De la ilusión

Pues bien, si hubiera que definir la seducción como ilusión, habría que decir simplemente que esta es el secreto de la apariencia. Pero que se entienda bien: no es la apariencia, como quien dice, a secas, sino su presencia como secreto. Dentro de toda la gama de ejemplos y contraejemplos que el

filósofo da para explicar en qué consiste la ilusión, hay dos que parecen ser los más relevantes: el *trompe-l'oeil* y el espejo. Al primero, lo define como la simulación encantada, un objeto más falso que lo falso, una suerte de destrucción estética del escenario, del teatro y de la acción: "El *trompe-l'oeil* olvida todo eso y lo rodea con la figuración menor de objetos cualesquiera" (Baudrillard 2000, 61). Lo clave es que, como recurso de ilusión, el *trompe-l'oeil* seduce al transformar estos objetos cualesquiera en signos blancos y vacíos, que significan la pura anti-representación social, religiosa o artística.

En suma, en el *trompe-l'oeil* no se trata de llegar a una completa confusión con lo real, sino de lograr una simulación con plena conciencia del juego y del artificio. Es decir, de producir una perfecta ilusión.

En el caso del espejo, Baudrillard (2000) lo entenderá como una superficie de absorción y no de reflexión. Esto lo ejemplifica con el mito de Narciso: "Inclinado sobre su manantial, Narciso apaga su sed: su imagen ya no es otra, es su propia superficie quien lo absorbe, quien lo seduce, de tal modo que sólo puede acercarse sin pasar nunca más allá, pues ya no hay más allá como tampoco hay distancia reflexiva entre Narciso y su imagen" (Baudrillard 2000, 67).

En otras palabras, la imagen espejada de Narciso es solo una de las múltiples figuras (modos, formas, espectros) que puede adoptar la seducción. Pero lo primordial no es si se tratará de la locura, la ausencia o el maquillaje, o la monstruosidad o la muerte, sino de que cualesquiera de ellas, como ilusión, goza de la propiedad de atormentar a la mitología y el arte. Podría, pues, concluirse que la ilusión es la estrategia clave de la seducción, a tal punto que tiene la fuerza suficiente para remitir la propia realidad a su ilusión fundamental: la de confundirse consigo misma.

§2.4. Enfoque epistemológico

El trabajo se basa en la hermenéutica analógica de Beuchot, para quien en la comprensión de algo deberían coincidir método e interpretación,

precisamente a propósito de un axioma metodológico que consiste en contar con principios y reglas amplios. Dos de estos principios serían, por un lado, el de evitar los extremos de la univocidad y de la equivocidad (v.g., las hermenéuticas de Gadamer y de Derrida, respectivamente), y, por otro, el de buscar analogías entre aquello que se quiera comprender y otra cosa lo suficientemente similar que ya se comprenda (Ortiz 2015, 160).

En el fondo, lo que el filósofo mexicano postula es tomar el ideal regulativo de la exactitud de la hermenéutica unívoca y abrir el abanico de interpretaciones con discreción, dando cabida a la mayor cantidad de interpretaciones posibles de la hermenéutica equívoca, pero a base de una jerarquía de interpretaciones (Cifuentes-Muñoz 2018, 292). Como este justo medio parece una quimera, Beuchot (2009) termina por reconocer que lo natural es que la hermenéutica analógica se incline, en algún grado, hacia el polo de la equivocidad. De esta manera, se cumpliría lo que ocurre en la analogía misma, en la cual predomina la diferencia sobre la identidad (Beuchot 2009, 19).

§3. POP ART VERSUS INGENUIDAD

Hay dos aspectos que son propios de la pintura de Jules Holland¹ y que en la acción hermenéutica propiamente tal debieran encontrarse con la ilusión y/o la analogía como modos de interpretación. Estos aspectos son el *pop art* y la ingenuidad.

Lo que resulta revelador es que en la expresión artística de los cuadros de Holland, tales términos se hallan en una especie de alternancia. El asunto pasa obviamente por la recepción de la obra, aunque para ello no debiera omitirse una breve definición de *pop art*. En medio de una infinitud de definiciones posibles, hay una que nos parece que corre con ventaja, y es la que indica que en el *pop art* se trataría de la manifestación plástica de una

¹ El artista visual Jules Holland autorizó por escrito el uso de las tres imágenes incluidas en el artículo para fines académicos. Extiendo mi agradecimiento al talento de Jules Holland, quien nos mantiene –en sus obras– acechantes a la seducción, la que inexorablemente nos atrapará sin apenas darnos cuenta.

cultura que se caracteriza por varios factores, como el consumo, la tecnología, la democracia, el ocio y la moda, todo fabricado, empaquetado y listo para venderse, y, con miras a un mayor rendimiento, posible de producirse en serie (Calvo 2015).

Si en el post-posmodernismo se habló de un interjuego, donde lo que estaba en juego era justamente la forma del producto del arte (o de su mecanismo de intercambio), notamos que en el arte de Holland una de las formas predilectas que adoptan los objetos o personajes es precisamente la de la ingenuidad. Dicho interjuego equivaldría entonces a una suerte de negociación entre el *pop art* y la ingenuidad, un juego de *agón* reproducido casi infinitamente hasta que ambos elementos llegasen a formar una perfecta analogía.

§3.1. Freddy en amarillo

En *Bohemian Native Spirit* (véase Figura 1), un óleo en el que el amarillo nos atrapa en la primera sensación estética, Holland administra un juego de identidades entre la imagen de Freddie Mercury y la indumentaria de un pueblo originario de Norteamérica, fusionada con el clásico pulóver del vocalista de *Queen*. Hay acá, diría yo, cuatro cuestiones significativas:

1.º La imagen de Mercury está pintada con un hiperrealismo tan convincente, que incluso nos preguntamos si en alguna oportunidad el cantante de rock efectivamente fue fotografiado en esa pose. El detalle de los adornos y filigranas con los que está diseñada la chaqueta, son tan perfectos como las pinceladas y el juego de colores con que Holland nos presenta el tocado de plumas del nativo pop. Por último, el negro del inconfundible bigote del cantante nacido en Tanzania cobra extensión hasta la punta de cada una de las plumas de su engalanado tocado de guerra.

2.º Es evidente que *Bohemian Native Spirit* simboliza la ingenuidad (la pureza, lo ancestral, lo atávico) de las poblaciones americanas originarias, combinada literalmente con el arte pop (si concedemos que buena parte de los temas de *Queen* eran precisamente pop). Ahora, si no hacemos esta

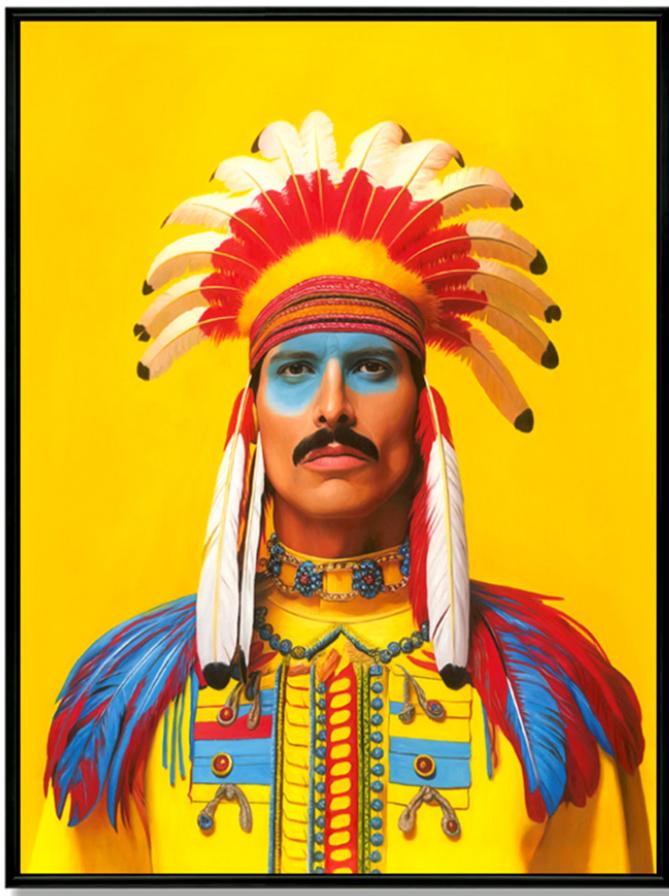


Figura 1
Bohemian Native Spirit (2024), [Pintura], por Jules Holland,
óleo sobre tela, 120 x 100 cm. (Holland, 2024).

concesión, el argumento se valida de igual forma, puesto que sería muy difícil no reconocer que Mercury y la banda inglesa representan, como quien dijera, la élite del *pop art* de los setenta y los ochenta (más allá del valor que la figura del cantante tiene para el actual mundo LGBTQIA+).

3.º Desde una óptica más propia del diseño, es llamativo que Holland utilice de una manera, para decirlo en términos kantianos, tan bella los dos tonos de amarillo que bordean a Mercury: el amarillo mantequilla del fondo del

óleo y de parte del tocado de guerra, y el amarillo limón del famoso pulóver del vocalista. Posiblemente, la elección de estos amarillos tenga que ver con el simbolismo que este color tenía en las culturas ancestrales, donde se le asociaba preferentemente a la luz del sol y, por ende, a las ideas de fertilidad, de sacralidad y de vida (Seggiaro 2017; Sánchez 2019; Saavedra 2023).

Sin embargo, hay una versión un tanto distinta –paradójicamente, más conectada con nuestro concepto de interjuego–, y es la que sugiere que pocos colores como el amarillo producen en quien lo ve una sensación tal de ambivalencia o provocan contradicciones tan potentes y viscerales: deseo y renuncia; sueños y decadencia; luz brillante y superficialidad; oro aquí y aflicción allá. Una dualidad de opuestos que parece misteriosamente constante (Cárdenas, 2019).

4.º Lo que explicaría cómo es que el óleo de Holland pone en juego a la seducción como ilusión es, parafraseando a Baudrillard (2000), la cuestión de la presencia de la apariencia como secreto. Esto es, que lo que observamos en la imagen de un Freddie Mercury caracterizado como nativo, es justamente la presencia de la anti-representación artística. Porque los signos que se esconden en el cuadro no designan una realidad, por así decir, familiar (artística o tribal) sino más bien una cierta ausencia de cualquier jerarquía figurativa de los objetos que lo componen.

¿Es, en realidad, el mismo Mercury vestido como nativo en algún tipo de *performance* individual o de Queen ligada a lo ancestral? ¿Se trata de alguna parte de *Bohemian Rhapsody* que desconocíamos y que la pintura ha revelado inopinadamente? ¿O, a la postre, deberíamos aceptar que el cantante sí perteneció o admiró a alguna población nativa de Norteamérica y que el óleo de Holland es un guiño a esta pertenencia o admiración?

Las respuestas debieran estar, si seguimos a Baudrillard (2000), en los alcances del concepto de *trompe-l'oeil*, en cuanto a que este recurso, que en la obra parece mimetizarse con los amarillos y el tocado de guerra, no consigue una completa confusión con lo real (sabemos que ninguna de las respuestas a las preguntas anteriores ni es automática ni goza del absoluto

beneficio de la verdad), sino que lo que hace es lograr una especie de ilusión con plena conciencia del juego y del artificio. Es decir, y tal como lo apunta el francés, la ilusión de la imagen de Freddie Mercury nativo aparece de repente, seduciéndonos con una exactitud sideral, sin psicología y sin historicidad, como una suerte de alucinación inmediata anterior al orden perceptivo.

§3.2. Frida tribal

En *Frida's Tribal Journey* (véase Figura 2), ocurre algo similar a lo que observamos en *Bohemian Native Spirit*. Empero, una cosa cambia radicalmente: Kahlo, a diferencia de Mercury, era pintora. A decir verdad, el argumento tendría que ser este: la obra pictórica de la artista mexicana se centró virtualmente en ella misma, en los diferentes avatares de su vida, pintando más de cincuenta autorretratos, lo que naturalmente hace del óleo de Holland sobre Frida Kahlo² una tarea, a lo menos, empinada.

En efecto, el *pop art* se revela en la tela sobre Frida, por una parte, en la selección del personaje. Inobjetablemente, la figura de Frida Kahlo es, en muchos sentidos, un personaje político.

Baste señalar, para sostener el argumento, la notoria influencia que tuvo la creatividad artística de la mexicana en el desarrollo del feminismo mundial (Montero 2012; Oliva 2017; Gargallo 2018). Por otra parte, el propio sentido icónico de su arte la ha transformado paulatinamente casi en una segunda Marilyn Monroe, en un objeto consumible del *pop art* moderno, donde sus

2 *Nota bene:* La artista azteca representa, exagerando el término, una especie de super síntesis de estilos, si estamos de acuerdo con Calvo (2016) en que en Kahlo conviven, durante los distintos momentos de su obra y de su vida, el expresionismo, el surrealismo, el naïf, el nacionalismo, el feminismo y el indigenismo. No es parte de los objetivos de este trabajo discutir la expresión de cada uno de los estilos de la paleta de Frida Kahlo. Sin embargo, es muy probable que alguno de ellos pudiese tener que "enfrentarse" al estilo con que Jules Holland intenta representar a la mexicana en un hipotético viaje tribal. Aparentemente, no es difícil inferir que el hiperrealismo y el indigenismo son los estilos en que podrían converger, en un encuentro ficticio, el óleo de Holland sobre Kahlo y la propia obra de Kahlo.



Figura 2
Frida's Tribal Journey (2024), [Pintura], por Jules Holland,
óleo sobre tela, 120 x 100 cm. (Holland, 2024).

retratos se han visto convertidos en productos incluso del estilo botánico bohemio. O sea, en pura decoración.

Ahora, la imagen de Frida Kahlo retratada por Holland, impresiona como una suerte de mix entre uno de los clásicos autorretratos de la mexicana y la indumentaria –a todas luces más sofisticada– de una mujer perteneciente a una población originaria de lo que hoy podríamos llamar Estados Unidos o Canadá.

La ingenuidad, pues, no es, ni mucho menos, la ingenuidad de Frida Kahlo, sino la del mismo Jules Holland y de su idea estética de fusionar ambos mundos, el del *pop art* y el de la figura primitiva de Kahlo, con la vestimenta, los adornos y los colores propios de una aborigen de más allá del Río Bravo. Esto es justo lo que nos seduce: la ilusión de que el “universo Kahlo” pintado por Holland pueda ser cierto, aunque eso contravenga el principio de realidad que hasta ahora conocemos.

§3.3. Beyoncé de Disney

El último óleo que revisaremos, *My name is Beyoncé* (véase Figura 3), siguiendo el modelo analógico de nuestra hermenéutica, pone en el interjuego de Holland nada menos que a la famosa ratona Minnie de Disney y a la cantante, actriz y empresaria estadounidense Beyoncé. En este caso, creemos que hay varios puntos que discutir.

1.º El atuendo con que se aprecia vestida a Beyoncé es, de hecho, exactamente el “nuevo” atuendo de Minnie, a quien Disney, después de casi un siglo de mostrarla con su icónico vestido y moño rojos con lunares blancos, decidió el 2022 empoderarla oficialmente con un traje de pantalón creado por la afamada diseñadora británica Stella McCartney. El traje, en tono azul marino y que también cuenta con unos vistosos lunares negros, lleva como complemento un esmoquin y un lazo con el mismo diseño. Así, la Minnie que se fusiona con Beyoncé es la Minnie que parecen aplaudir las feministas (empoderada, madura y algo masculinizada) y que se pone a tono con las tendencias en materia de moda del post-posmodernismo.

Completando la dualidad, Beyoncé es pintada tal como luciría para la portada de Vogue o para iniciar un concierto en el *Estadi Olímpic* de Barcelona: pose, peinado y maquillaje arreglados a la perfección. Como sea, el ejercicio de analogía conceptual que experimenta Jules Holland con Beyoncé, lo repite casi calcadamente (en serie, dicho en términos del *pop art*) con otras mujeres íconos de la música y del cine, como Brigitte Bardot, Grace Jones, Lady Gaga, Kim Kardashian y Audrey Hepburn. ¿Pero qué nos seduce de esta escena pintada por Holland?



Figura 3
My name is Beyoncé (2023), [Pintura], por Jules Holland,
óleo sobre tela, 76 x 100 cm. (Holland, 2023).

2.º Somos conscientes de que esta mutación de Beyoncé en Minnie (o viceversa) que nos zamarrea con su hiperrealismo, es imposible que sea metafísicamente del orden de lo real. Es, por lo visto, una idea fantástica o una metáfora proveniente de las posibilidades estéticas que ofrece el post-posmodernismo de la mano de la seducción. Dicho en el lenguaje de Baudrillard, *My name is Beyoncé* sería una forma encantada del sinsentido de la realidad.

3.º La fusión entre Minnie y Beyoncé (si uno se fija bien, con el fondo rojo del óleo como un guiño explícito al vestido anterior de la ratona), no muestra sino la fuerza de la dualidad (de personajes, de estilos, de públicos, de empresas) como expresión de la desviación del signo de su sentido. Como lo ha advertido Baudrillard (2000): lo que seduce es precisamente la relación dual, dominada por el ritual (la técnica hiperrealista de Holland) y toda la esfera de la regla (la producción en serie del mismo *My name is Beyoncé*).

4.º La analogía, la confrontación o el juego de *agón* en que comparecen la ratona y la cantante, podría entenderse mejor como una suerte de espejismo secreto (al fin y al cabo, el cuadro no viene con ninguna nota explicativa o glosa estética sobre la jugada de Holland). Baudrillard (2000) ya ha dicho que el espejo es uno de los dos modos que adopta la seducción como ilusión. Acertaríamos, entonces, si dijéramos que el mismo óleo de Holland es el espejo de este juego de íconos. En efecto, con su ausencia de profundidad, la pintura sólo es seductora para nosotros en la medida en que cada uno es el primero en precipitarse en ella.

Minnie es Beyoncé mimetizada como la nueva ratona de Disney; Beyoncé es Minnie mimetizada como la ex Destiny's Child. Ambas adquieren su poder de seducción identificándose de forma analógica con la imagen incompleta de la otra, restituída por su propio rostro o por su propia y nueva indumentaria. Como enfatiza Baudrillard (2000), en este juego de *agón*, espejo no significa reflejo o algo por el estilo, sino ilusión o, mejor dicho, seducción.

§4. CONCLUSIONES

Al confrontar la filosofía del arte con una obra enclaustrada en el *pop art* (y con el *pop art*, a su vez, confinado en el post-posmodernismo), corríamos el riesgo de que sin una adecuada hermenéutica la comprensión del sentido de la obra, cualquiera fuese la teoría a la que se echara mano, resultase un comentario proveniente o desde el sentido común, o desde un manierismo artificial o simplemente desde la operación de una estética forzada. La ventaja de haber recurrido a la hermenéutica de Beuchot, se ha

manifestado principalmente en que uno de sus conceptos clave, el de analogía, ha permitido dilucidar buena parte de las complejidades estéticas de las tres obras examinadas. Así, por ejemplo, los conceptos de mimetización, metáfora, fusión, pero sobre todo el de ilusión, son un equivalente o un derivado del de analogía.

Al mismo tiempo, el contrapunto de las nociones de *pop art* e ingenuidad hizo posible pensar, con una buena dosis de confiabilidad, en la tesis de que la “segunda” identidad de cada lienzo, es decir, aquella que estaba detrás o que completaba los retratos de Freddie Mercury, Frida Kahlo y Beyoncé, representaba, en una especie de juego de *mamushkas*, una imagen de secreta ingenuidad, asumiendo que el espíritu invocado en las pinturas de Mercury y de Kahlo era efectivamente el espíritu de culturas originarias, ancestrales y pacíficas. Desde luego, la ingenuidad de Minnie, ya sea con vestido rojo o con traje pantalón, no podría siquiera ponerse en duda.

En lo específico, la noción de *pop art* administrada en el trabajo, mostró, por así decir, una flexibilidad conceptual suficiente para que el binomio *pop art*/ingenuidad se revelase como el fundamento estético de la ilusión baudrillardiana. Es lo mismo que decir que fuera del *pop art* y de la ingenuidad de la paleta de Holland, la ilusión de Baudrillard no habría tenido ninguna cabida, sencillamente porque no hubiésemos sabido qué hacer con el vacío de una seducción desfalleciente.

Mas, con la concurrencia del *trompe-l'oeil* en el cuadro de Mercury, de la certeza inverosímil del “universo Kahlo” en el cuadro de la mexicana, y del mimetismo espejeado del cuadro de Beyoncé, en el que la cantante, en verdad, es Minnie, y Minnie, en verdad, es la cantante, el *pop art*, el post-posmodernismo y la misma realidad sufren una embestida tal, que la contemplación del arte de Jules Holland no nos parece sino un encuentro accidental, una pura forma del juego.

¿Me seduce mucho, poquito o nada? No podemos responder, porque el secreto ya es parte de la seducción.

Bibliografía

- Alfaro, Roy, 2014. Post-Posmodernismo. *Revista Reflexiones* 93 (2), 103-113.
- Baudrillard, Jean, 2000. *De la seducción*. Madrid: Cátedra.
- Beuchot, Mauricio, 2009. La hermenéutica analógica en la filosofía. *Revista Interamericana de Investigación, Educación y Pedagogía* 2 (1), 13-22.
- Calomarde, Joaquín, 1997. *Los objetos penúltimos*. Madrid: Huerga y Fierro.
- Calvo, Miguel, 2015. Pop-Art 1955-1980. Historia Arte (HA!). <https://historia-arte.com/movimientos/pop-art>. Consultado: 27 agosto 2025.
- Calvo, Miguel, 2016. Frida Kahlo. Historia Arte (HA!) <https://historia-arte.com/artistas/frida-khalo>. Consultado: 27 agosto 2025.
- Cárdenas, Wendy, 2019. Breve historia y simbolismo del color amarillo. Savinarte. <https://www.savinarte.com/2019/01/18/breve-historia-del-color-amarillo/>. Consultado: 27 agosto 2025.
- Cifuentes-Muñoz, Alejandro, 2018. Mauricio Beuchot. Hechos e interpretaciones. Hacia una hermenéutica analógica. Reseña. *Alpha* 47, 291-293.
- Gargallo, Francesca, 2018. Mujeres, feminismo y arte popular. *Política y Cultura* 50, 257-262.
- Kobau, Pietro, 1999. Justificar la estética, justificar la estetización. En: *Filosofía y poesía: dos aproximaciones a la verdad*, ed. Gianni Vattimo. Barcelona: Gedisa, 75-107.
- Montero, Valentina, 2012. Aportaciones feministas en la relación entre arte y tecnología. *Aisthesis* 52, 425-447.
- Oliva, Patricia, 2017. Las mujeres y el arte como forma propia de deconstrucción: Un debate implícito. *Revista Rupturas* 7 (1), 51-74.
- Ortiz, Gustavo, 2015. Hermenéutica analógica, verdad y método. *Diánoia* 60 (74), 155-163.
- Pallarès, Marc y Óscar Chiva, 2018. El lugar del individuo en la era post-postmoderna. Sociedad, educación y ciudadanía tras la postmodernidad. *Pensamiento* 74 (282), 835-852.
- Pineda, Adryan, 2011. La filosofía del arte en la época del fin del arte. *Praxis Filosófica* 32, 249-267.
- Saavedra, José, 2023. ¿Qué significa el color amarillo en la psicología y el marketing? EBAC. <https://ebac.mx/blog/color-amarillo>. Consultado: 27 agosto 2025.
- Sánchez, Laura, 2019. Psicología del color: el amarillo y sus provechosos significados. <https://www.diariofemenino.com/psicologia/psicologia-del-color-el-amarillo-y-sus-provechosos-significados/>. Consultado: 27 agosto 2025.

Seggiaro, Marcela, 2017. Amarillo, el significado. Estrategias visuales. <https://www.marcelaseggiaro.com/amarillo-el-significado/#:~:text=El%20amarillo%20simboliza%20la%20luz,los%20seres%20significa%20la%20vida>. Consultado: 27 agosto 2025.

Sloterdijk, Peter, 2020. *El imperativo estético*. Madrid: Akal.