



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

MARILYN MONROE Y LA CULTURA VISUAL:

**de icono popular a mercancía estética
en la mirada de Warhol**



Alba Solbes i Morera
Tutoria per Dra. Laura Mercader Amigo
Grado en Historia del Arte
Septiembre 2025
Curso 2024-2025

Resumen

Este trabajo analiza el proceso de mistificación visual de la feminidad normativizada de la figura de Marilyn Monroe, en el cruce entre cine, arte pop y cultura de masas. A través del análisis de su imagen en la obra de Andy Warhol, se aborda su transformación en signo estetizado y repetible. Desde una perspectiva crítica, se estudian los mecanismos de fetichización, performatividad de género y vaciamiento simbólico. La investigación concluye que Monroe ejemplifica la reducción de la identidad femenina a imagen circulante dentro del sistema visual patriarcal.

Palabras clave: Marilyn Monroe; Andy Warhol; arte pop; simulacro; cultura visual; feminidad; mirada masculina.

Abstract

This paper analyzes the process of visual mystification of the normativized femininity embodied by the figure of Marilyn Monroe, at the intersection of cinema, pop art, and mass culture. Through an analysis of her image in the work of Andy Warhol, it explores her transformation into an aestheticized and repeatable sign. From a critical perspective, the research examines mechanisms of fetishization, gender performativity, and symbolic hollowing. The study concludes that Monroe exemplifies the reduction of female identity to a circulating image within the patriarchal visual system.

Keywords: Marilyn Monroe; Andy Warhol; Pop Art; simulacrum; visual culture; femininity; male gaze.

Contribución del TFG en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

El presente Trabajo de Fin de Grado, centrado en el análisis crítico de la figura de Marilyn Monroe como icono cultural y su transformación en objeto de consumo visual heteronormativo, especialmente a través de la obra de Andy Warhol, se sitúa en la intersección entre historia del arte, teoría cultural y estudios de género. A partir de esta reflexión, el TFG establece un diálogo directo con algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y plantea una aportación al pensamiento crítico y al compromiso con los valores de igualdad, inclusión y sostenibilidad cultural.

En primer lugar, el trabajo contribuye al objetivo relacionado con la igualdad de género (5), en tanto que desvela los mecanismos de fetichización, cosificación y mercantilización del cuerpo femenino que se encuentran en la base de la construcción visual de Marilyn Monroe. A través del análisis de la imagen de Monroe en la obra de Warhol y de su inscripción en la cultura visual del siglo XX, se evidencia cómo la industria cultural reproduce estereotipos de género que perpetúan relaciones de poder desiguales. Al denunciar estas dinámicas, el TFG fomenta una mirada crítica sobre los imaginarios visuales y los discursos que sostienen la discriminación de género, alineándose con los objetivos globales de erradicación de estas desigualdades.

En segundo término, la investigación se vincula al objetivo relacionado con la reducción de las desigualdades (10), al poner de relieve las formas en que la cultura de masas y el sistema del arte pop, representado por Warhol, participan en la creación y perpetuación de jerarquías simbólicas que sitúan a determinados sujetos —en este caso, figuras femeninas convertidas en mercancía visual— en posiciones de subordinación. El trabajo interpela los mecanismos mediante los cuales el capitalismo cultural genera exclusión y desigualdad, al tiempo que plantea la necesidad de democratizar la producción y circulación de los significados en el espacio público.

Por último, el TFG se alinea con el objetivo de producción y consumo responsables (12), ya que ofrece una reflexión crítica sobre la cultura de consumo y la serialización de las imágenes en el marco de la modernidad tardía. El análisis de las obras de Warhol dedicadas a Marilyn Monroe permite problematizar la conversión de los iconos culturales en productos intercambiables, así como la banalización de los signos en un mercado global saturado de imágenes. De este modo, el trabajo se vincula a la necesidad de impulsar prácticas de producción y consumo cultural más sostenibles, éticas y respetuosas con la diversidad simbólica de nuestras sociedades.

ÍNDICE

1. Introducción	6
1.1. Objetivos y estructura	6
1.2. Metodología	7
1.3. Estado de la cuestión	8
2. Marilyn Monroe en La Cultura de Masas: de Persona a Ícono	10
2.1. La Marilyn Mediática: apropiación icónica y consumo visual en la sociedad del espectáculo	10
2.2. Hollywood y la Fabricación de Marilyn	14
2.3. Marilyn como Ícono Cultural: Mito, Simulacro y Espectáculo	26
3. La Transformación de Marilyn en la Obra de Andy Warhol	28
3.1. Recorrido y Estrategias Artísticas de la Obra de Andy Warhol	28
3.2. Repetición y serialización: El rostro de Marilyn como objeto de consumo	33
3.3. Marilyn Como Mercancía Visual en la Obra de Warhol	42
4. Marilyn Monroe: Género, Performatividad y Fetichización	45
5. Conclusiones	53
7. Bibliografía y webgrafía	57

1. Introducción

La figura de Marilyn Monroe ocupa un lugar singular en el imaginario cultural contemporáneo, donde su imagen ha trascendido los límites de lo biográfico y cinematográfico para convertirse en un signo visual heteronormativo de alcance global determinado. Más allá de su condición de actriz y estrella del Hollywood clásico, Marilyn se ha configurado como un emblema de la cultura de masas, una representación que articula las tensiones entre el deseo, el consumo y la reproducción simbólica. En este proceso de construcción de su iconografía, la obra de Warhol ejerce un papel fundamental y determinante al ofrecer una mirada que no sólo reproduce su imagen, sino que la transforma en patrón, en superficie seriada y en objeto inserto en la lógica del capitalismo visual.

El presente trabajo parte de esta idea, de la necesidad de comprender cómo la imagen de Marilyn Monroe, especialmente a partir de su reinterpretación en las serigrafías de Warhol, deja de ser un simple retrato de un sujeto para convertirse en signo dentro del sistema de circulación de imágenes propio de la cultura del espectáculo. Warhol no representa a Marilyn con intención de fijar su identidad o su historia, sino que acentúa su condición de icono, de figura sometida al proceso de serialización y variación que caracteriza los productos destinados al consumo. El rostro en que su origen remitía a una persona concreta se convierte en un motivo visual reproducido y transformado para responder a las dinámicas de la cultura de masas.

La elección de Marilyn Monroe por parte de Warhol resulta especialmente significativa porque condensa dos de los grandes mitos heterosexuales del siglo XX: el de la estrella cinematográfica y el de la feminidad modelada como objeto de contemplación. La representación de Monroe, pensada y construida para la mirada masculina heterosexual, para ser deseada y consumida, se inserta así en un sistema que Warhol expone y tensiona en su obra. Las imágenes de Marilyn producidas por el artista pueden leerse como un ejercicio de reflexión sobre el funcionamiento de la cultura visual contemporánea, donde la repetición, la estandarización y la estetización del objeto consumible constituyen elementos esenciales.

1.1. Objetivos y estructura

El presente trabajo tiene como objetivo principal analizar el proceso mediante el cual la imagen de Marilyn Monroe se convierte en un icono visual que, especialmente a través de su reinterpretación en la obra de Andy Warhol, pasa a integrarse en las dinámicas de consumo propias de la cultura de masas. A partir de este eje central, el estudio se propone examinar cómo la figura de Monroe, desprovista progresivamente de su dimensión biográfica y personal, se transforma en un signo destinado a la reproducción y la circulación dentro del sistema de la sociedad del espectáculo. Esta reflexión se articula desde una perspectiva crítica que busca poner de relieve las tensiones entre arte y mercado, entre representación y

simulacro, y entre sujeto e imagen, atendiendo a los mecanismos de fetichización, estetización y vaciamiento simbólico que atraviesan la cultura visual contemporánea.

Entre los objetivos específicos del trabajo se encuentran, en primer lugar, el análisis de la función que desempeña la obra de Warhol en la construcción y consolidación de Marilyn Monroe como mercancía estética y como emblema de la cultura de consumo. En segundo lugar, se pretende situar este fenómeno en el marco de los discursos teóricos que lo explican y lo problematizan, especialmente aquellos desarrollados en el ámbito de la semiótica, la teoría crítica y la sociología del arte. Por último, el estudio aspira a ofrecer una lectura que permita comprender cómo la imagen de Monroe, tal como es reelaborada por Warhol, se convierte en un espejo de los procesos de reproducción industrial y circulación masiva de las imágenes en la modernidad avanzada.

La estructura del trabajo se organiza en cuatro grandes apartados. El primer capítulo tiene un carácter introductorio y presenta los objetivos, la metodología y el estado de la cuestión, con el propósito de contextualizar el análisis y delimitar el marco teórico y conceptual que lo sustenta. El segundo capítulo se centra en la construcción del icono Marilyn Monroe en el contexto del sistema de estudios de Hollywood y en su consolidación como figura paradigmática de la cultura visual de masas. En el tercer capítulo se aborda el análisis de la obra de Andy Warhol, poniendo especial atención en la serie dedicada a Marilyn Monroe, para explorar cómo el artista convierte su imagen en un signo reproducible, sometido a los procesos de serialización, estandarización y estetización propios de la cultura de consumo. Finalmente, el cuarto capítulo desarrolla una reflexión crítica sobre las tensiones entre género, simulacro y mercancía visual, situando la figura de Marilyn Monroe como caso paradigmático de los mecanismos de fetichización y vaciamiento simbólico que caracterizan el funcionamiento de la cultura de masas.

El trabajo concluye con un apartado de consideraciones finales, en el que se sintetizan los principales resultados del análisis y se plantean posibles líneas de investigación futuras en torno al estudio de las relaciones entre arte, mercado y cultura visual contemporánea.

1.2. Metodología

La investigación se desarrolla a partir de un enfoque cualitativo y crítico, sustentado en el análisis de fuentes académicas y en la interpretación de obras visuales desde una perspectiva interdisciplinar. El planteamiento metodológico se articula en torno al diálogo con marcos teóricos clave que permiten abordar las relaciones entre arte, cultura visual y sociedad de consumo, con especial atención a las aportaciones de Roland Barthes, Guy Debord, Jean Baudrillard, Walter Benjamin y Laura Mulvey. La elección de estos referentes responde a la voluntad de situar la figura de Marilyn Monroe y su reinterpretación en la obra de Andy Warhol dentro de un entramado simbólico que trasciende lo biográfico y se inscribe en los procesos de construcción y circulación de imágenes propios de la modernidad avanzada.

El análisis de la obra de Warhol se centra en la observación de las características formales y conceptuales de sus serigrafías dedicadas a Marilyn Monroe, atendiendo a elementos como la serialización, el uso del color, la repetición y la fragmentación de la imagen. Esta observación no se plantea como un ejercicio técnico o iconográfico en sentido estricto, sino como un modo de explorar cómo la representación de Monroe en el trabajo de Warhol ejemplifica los mecanismos de mercantilización y estetización de la imagen dentro de la lógica de la cultura de masas. El análisis se complementa con la reflexión teórica sobre los procesos de fetichización y vaciamiento simbólico que atraviesan las dinámicas de la cultura visual contemporánea.

La metodología empleada incluye asimismo una revisión bibliográfica exhaustiva de estudios críticos y trabajos previos sobre Marilyn Monroe, Andy Warhol y el contexto cultural en el que ambas figuras se inscriben. Esta revisión se basa exclusivamente en fuentes académicas, monografías y artículos científicos que permiten fundamentar el análisis y situarlo en el marco de los debates especializados sobre arte contemporáneo, cultura de masas y teoría crítica. Se ha evitado recurrir a fuentes divulgativas o no verificadas, con el fin de garantizar el rigor del planteamiento.

Por último, el recorrido adoptado asume un carácter interpretativo que no busca ofrecer respuestas cerradas, sino plantear una reflexión sobre los significados y tensiones que atraviesan la figura de Marilyn Monroe como icono cultural y su relectura en la obra de Warhol. El propósito es ofrecer una lectura crítica que permita comprender cómo estas imágenes dialogan con los procesos de producción, reproducción y consumo de la sociedad contemporánea, ilustrando los modos en que el arte se vincula a las lógicas del mercado y a la circulación masiva de los signos visuales.

1.3. Estado de la cuestión

La imagen de Marilyn Monroe ha generado una vasta producción crítica que atraviesa disciplinas como los estudios visuales, la teoría del cine, la crítica feminista, la filosofía de la cultura y la teoría estética. Lejos de agotarse en la dimensión biográfica, el interés académico se ha centrado en desentrañar los procesos de significación y desposesión simbólica que transformaron su figura en uno de los iconos más persistentes y vaciados del imaginario contemporáneo. Monroe se configura así como un cuerpo-exceso: saturado de visualidad, espectacularizado, repetido hasta la opacidad. Su tránsito desde la representación a la pura superficie es el síntoma más agudo de una cultura visual que metaboliza lo femenino como mercancía.

La consolidación de Monroe como imagen normativizada de deseo remite a la lógica estructural del star-system hollywoodiense. Tal como explica Edgar Morin en *The Stars*, “the star is a syncretic personality in which the real person cannot be distinguished from the person fabricated by the dream factories and the person invented by the spectator.” (Morin, 1961, p. 105). En este sentido, Monroe encarna una operación cultural que transforma a una

mujer en signo: una feminidad reducida a icono, cuyo valor no reside en su biografía, sino en su capacidad de ser consumida, repetida y reproducida como emblema del deseo heterosexual masculino.

Sarah Churchwell, desde una lectura crítica de los discursos sobre Monroe en *The Many Lives of Marilyn Monroe*, insiste en la fractura entre Norma Jeane y su doble mítico: “Marilyn was only a fantasy of femininity, an imaginary role the actress performed with immense success, but which eventually destroyed her” (Churchwell, 2004, p. 23). La identidad queda así sustituida por una performance sostenida de feminidad normativa, una identidad “actuada” en el sentido que más tarde conceptualizará Judith Butler en *El género en disputa*, para quien el género no es una esencia, sino “una identidad débilmente formada en el tiempo, instaurada en un espacio exterior mediante una reiteración estilizada de actos” (Butler, 2001, p. 273).

Monroe, construida visual y performativamente por la maquinaria de Hollywood, se convierte en cuerpo regulado, moldeado, disponible para la mirada. Esta mirada, como ha señalado Laura Mulvey en *Placer visual* y cine narrativo, no es neutra: el cine clásico organiza el campo visual en función del deseo masculino, escindiendo la mirada entre lo activo/masculino y lo pasivo/femenino. La figura femenina, en tanto objeto de exhibición, “connota ‘para-ser-mirada’ [to-be-looked-at-ness]” (Mulvey, 1989, p. 370). Monroe, con su gestualidad hipersexualizada y su disponibilidad escópica, opera como metonimia de una feminidad construida desde el exterior, para ser mirada, deseada, apropiada visualmente. Su cuerpo se pliega a una lógica donde lo femenino se identifica con la pasividad, la exhibición y la sumisión al ojo espectador.

La crítica feminista más reciente ha problematizado aún más esta operación. Isabel Millar, en su trabajo sobre el goce femenino y el capitalismo *Blonde: Preliminary Materials for a Theory of the Bombshell*, plantea que figuras como Monroe condensan un exceso que la mirada masculina no logra dominar, y por ello deben ser domesticadas simbólicamente. En lugar de una subjetividad activa, la imagen de Monroe ofrece una disponibilidad absoluta, un simulacro de deseo que, paradójicamente, anula su propia agencia (Millar, 2021, pp. 45–46). Este vaciamiento es también el mecanismo que permite su fetichización: el cuerpo se fragmenta, se estetiza, se convierte en superficie para la proyección fantasmática.

Naomi Schor analiza esta lógica desde la noción de detalle fetichista. El fragmento —los labios, la curva, la risa— adquiere una autonomía que desactiva la totalidad del cuerpo femenino. En Marilyn, esta economía del fragmento es central: su iconografía se construye a partir de recortes, ampliaciones y serializaciones que disuelven la subjetividad. Tal como sostiene Schor en *Reading in Detail*, el detalle es a la vez placer y trampa: concentra la mirada y produce goce, pero al mismo tiempo clausura la posibilidad de un significado pleno (Schor, 1987, pp. 42–45).

Desde un ángulo diferente, Simone de Beauvoir ya había anticipado que la mujer es constituida culturalmente como “el otro”, es decir, como alteridad definida desde el lugar masculino. Monroe representa con especial claridad esta operación de alterización: su imagen

no nace de una afirmación subjetiva, sino de una imposición externa que la sitúa como objeto de deseo, pero nunca como sujeto del mismo. Tal como señala de Beauvoir en *El segundo sexo*, “y ella no es otra cosa que lo que el hombre decida que sea; así se la denomina ‘el sexo’, queriendo decir con ello que a los ojos del macho aparece esencialmente como un ser sexuado: para él, ella es sexo; por consiguiente, lo es absolutamente. La mujer se determina y se diferencia con relación al hombre, y no este con relación a ella; la mujer es lo inesencial frente a lo esencial. Él es el Sujeto, él es lo Absoluto; ella es lo Otro” (de Beauvoir, 1989, p. 4). En este sentido, su iconicidad está fundada en la desposesión.

Este tránsito desde el cuerpo a la imagen encuentra su culminación en la obra de Andy Warhol, quien eleva la figura de Monroe a icono pop, llevándola al extremo de su estetización. Las serigrafías de Warhol, al repetir mecánicamente el rostro de la actriz, evidencian no sólo su conversión en mercancía visual, sino la descomposición de cualquier resto de subjetividad. Hal Foster observa en *The First Pop Age: Painting and Subjectivity in the Art of Hamilton, Lichtenstein, Warhol, Richter, and Ruscha* que “for his classic portraits of Marilyn, for example, Warhol selected a publicity image for the film Niagara from his own archive of more than one hundred stills of the star, and so redoubled her anxious own selectivity regarding her image” (Foster, 2011, p. 156).

Esta lógica está íntimamente ligada a las reflexiones de Walter Benjamin sobre la reproducibilidad técnica. Según Benjamin, la pérdida del aura —es decir, de la unicidad de la obra— transforma la experiencia estética en una experiencia de masas. En las Marilyns de Warhol, esta pérdida se radicaliza: no se trata ya de una imagen reproducida, sino de una imagen expropiada de su referente. Como señala Benjamin, “la reproducción técnica de la obra de arte transforma el comportamiento de las masas con el arte” (Benjamin, 2003, p. 83). En Warhol, esta transformación se convierte en exterminio simbólico: la imagen ya no significa, sólo circula.

Jean Baudrillard profundiza esta idea desde su análisis del simulacro. En el capitalismo tardío, sostiene, los signos ya no remiten a nada real; circulan como realidades en sí mismas, autorreferenciales. La imagen de Monroe se convierte entonces en puro simulacro: no representa a una mujer, ni siquiera a un personaje; es sólo una forma vaciada, una superficie reproducible y comercializable. Tal como afirma Baudrillard en *La sociedad de consumo*, “el objeto deja de ser banal desde el momento en que significa; ahora bien, vimos que la ‘verdad’ del objeto contemporáneo ya no es servir para algo, sino significar; es ser manipulado no ya como instrumento, sino como signo. Y el logro del pop, en el mejor de los casos, es mostrarlo como tal” (Baudrillard, 2009, p. 138).

Este desplazamiento ha sido también leído desde los estudios de cultura visual como un síntoma de la estetización generalizada de lo social. Sylvia Harrison en *Pop Art and the origins of post-modernism* interpreta la estrategia de Warhol no como una crítica, sino como una inmersión cínica en la lógica capitalista del arte: el artista no denuncia la fetichización de Monroe, sino que la reproduce con frialdad calculada, exponiendo su mecanismo hasta volverlo insoportable. Warhol estetiza el simulacro: lo embellece, lo repite, lo convierte en ícono pop hasta vaciarlo de cualquier resto de humanidad (Harrison, 2001, pp. 24–27).

Autores como Richard Dyer, en su análisis del glamour recogido por Wendy Haslem en su artículo *Blonde: Redefining Marilyn Monroe as Digital Artifact*, han señalado que Monroe representa una tensión entre exceso y fragilidad, entre hipervisibilidad y desaparición. Este equilibrio precario es lo que sostiene su poder icónico: ser a la vez deseada y destruida, vista y anulada. En esta dialéctica, su imagen funciona como emblema de una feminidad espectacularizada que seduce al mismo tiempo que oculta su propia aniquilación simbólica. Como escribe Haslem: “Dyer writes that Monroe remains a ‘polysemic hyper-sign’, whose image is constructed through official and unofficial media discourses that position her as a signifier of glamour and sexuality” (Dyer, citado en Haslem, 2023, p. 31).

Estas líneas críticas convergen en una intuición compartida: Monroe no puede ser comprendida como un sujeto, sino como un efecto. Su imagen es el resultado de múltiples operaciones simbólicas —industriales, estéticas, ideológicas— que la convierten en interfaz entre el deseo masculino y el capital visual.

El presente trabajo se inscribe en este entramado teórico para interrogar cómo la obra de Warhol radicaliza los mecanismos de vaciamiento simbólico ya operativos en el star-system. Lejos de celebrar la imagen de Monroe, Warhol la expone como resto: como una superficie vacía que condensa, en su espectacularidad fosforescente, la violencia silenciosa con que la cultura visual produce y destruye a sus objetos de deseo.

2. Marilyn Monroe en La Cultura de Masas: de Persona a Ícono

La figura de Marilyn Monroe emerge como uno de los fenómenos visuales y simbólicos más significativos del siglo XX, no tanto por su trayectoria como actriz en sentido estricto, sino por la potencia icónica que adquirió su imagen en el entramado de la cultura de masas. Desde su irrupción en el sistema de estudios de Hollywood hasta su consagración como símbolo pop, su figura ha sido objeto de una intensa operación de estetización, mediación y mercantilización que desborda los límites de lo biográfico y la convierte en el paradigma del espectáculo moderno heteropatriarcal. En este sentido, Monroe no solo encarna una genealogía de feminidad construida desde el deseo masculino y la lógica patriarcal, sino también una articulación histórica entre representación, consumo e identidad en la era de la reproductibilidad técnica.

Esta mutación icónica no puede desligarse del desarrollo histórico de los medios de comunicación de masas, la expansión del capitalismo visual ni de la consolidación de una sensibilidad colectiva organizada en torno a la estetización del deseo, la circulación de celebridades y la espectacularización de lo cotidiano. En el seno de esta cultura de masas, ya no se consumen únicamente productos materiales, sino imágenes, cuerpos y afectos configurados como objetos visuales. Es en este entramado donde Marilyn Monroe se convierte en una figura paradigmática: no como individuo, sino como dispositivo simbólico total, lugar de intersección entre los sistemas de producción mediática y los mecanismos de

identificación del espectador. El tránsito de mujer a signo, y de signo a mercancía, constituye así el núcleo de su conversión en icono.

2.1. La Marilyn Mediática: apropiación icónica y consumo visual en la sociedad del espectáculo

La figura de Marilyn Monroe no puede comprenderse sin tener en cuenta los mecanismos de reproducción, apropiación y circulación de su imagen en el marco de la cultura de masas. Tras su consagración en el sistema de estudios de Hollywood, la figura de Marilyn Monroe no solo continuó funcionando como estrella filmica, sino que fue progresivamente absorbida y reformulada por las lógicas de los medios de comunicación de masas, el mercado del consumo y la cultura visual del capitalismo avanzado. Este fenómeno debe enmarcarse en el contexto del auge mediático y económico de la posguerra, especialmente en Estados Unidos, donde la expansión de la televisión, la publicidad impresa y la fotografía industrializada permitió una circulación sin precedentes de imágenes estandarizadas y fácilmente reproducibles (Baudrillard, 2009, pp. 145-146).

Para comprender el proceso mediante el cual la imagen de Marilyn Monroe fue despojada de su biografía individual y convertida no solo en un icono de consumo sino también objeto de consumo masivo es imprescindible contextualizar su trayectoria dentro de la consolidación de la sociedad de consumo de masas en la segunda mitad del siglo XX. Este fenómeno no solo implicó una transformación de las formas de producción y distribución económica, sino también una reconfiguración profunda del modo en que se construían y circulaban las imágenes, los deseos y las identidades en el imaginario colectivo.

Tras la Segunda Guerra Mundial, se consolida un nuevo orden económico, político y cultural que transforma radicalmente las condiciones de producción, circulación y recepción de las imágenes. Estados Unidos emergió como la potencia económica y cultural dominante, consolidando así su hegemonía a escala global. En este contexto, el modelo del *American way of life*, basado en el crecimiento sostenido del mercado interno y la emergencia y consolidación de la clase media sentaron las bases de una nueva configuración social centrada en el consumo como eje estructural. Este modelo no solo afectó a las prácticas económicas y materiales, sino que también modificó profundamente los modos de representación y de producción.

Como explica Jean Baudrillard, en *La sociedad de consumo* (1970), el capitalismo de posguerra no se limitó a producir bienes materiales, sino que desarrolló una lógica de circulación de signos, en la que los objetos y también las imágenes, ya no se consumen por su valor de uso, sino por el valor simbólico que representan. Por lo tanto, el consumo ya no respondía a necesidades funcionales, sino a procesos simbólicos de diferenciación y pertenencia. Dentro de este sistema, los objetos —y también las personas— se convertían en

“objetos-signo”: unidades codificadas que remitían a un valor abstracto, más allá de su uso o identidad original. (Baudrillard, 2009, pp. 27–31). La lógica del consumo penetra todos los ámbitos de la vida cotidiana, afectando no solo a los hábitos materiales, sino también a las formas de subjetividad, identidad y deseo. En este contexto, la imagen –reproducida, multiplicada y circulada sin cesar por los medios de masas– se convierte en el núcleo simbólico del nuevo sistema cultural.

La cultura visual se convirtió en el canal privilegiado de este nuevo orden simbólico. El auge de la televisión, la publicidad, las revistas ilustradas y el cine permitió una exposición sin precedentes a imágenes repetidas, fácilmente reconocibles y asociadas a modelos de vida aspiracional. Como indica Edgar Morin en *The Stars* (1961), la estrella no es solo una persona, sino la forma que adopta un deseo colectivo dentro del sistema: “The star corresponds to an affective or mythic need which the star system does not create, but without the star system this need would not find its forms, its supports, its excitants” (Morin, 1961, p. 135).

En este contexto, la representación visual dejó de ser una forma de comunicación para convertirse en una forma de organización de la experiencia. Tal y como observa Guy Debord en *La sociedad del espectáculo* (1967), la experiencia inmediata es sustituida por una experiencia mediata, y el espectáculo se convierte en la principal forma de relación con el mundo. Así pues, la publicidad creaba vínculos emocionales y aspiracionales entre productos, identidades y estilos de vida. En este contexto, las imágenes construyen un sistema autorreferencial, un universo cerrado de signos que simulan una autenticidad ausente. Así pues, la representación visual dejó de ser una forma de comunicación para convertirse en una forma de organización de la experiencia. Ver era consumir, y consumir era formar parte del sistema.

Los medios de masas, en su forma industrializada, facilitaron la reproducción sistemática de estereotipos culturales, figuras icónicas e imaginarios aspiracionales. La estrella de cine fue uno de los productos más eficaces de este engranaje: una figura fácilmente exportable, construida para ser reconocida, deseada y replicada. “Allí donde el mundo real se cambia en simples imágenes, las simples imágenes se convierten en seres reales y en las motivaciones eficientes de un comportamiento hipnótico” (Debord, 1995, p. 13).

En este sistema, los productos —y por extensión, también las figuras públicas como Marilyn Monroe— se convirtieron en “objetos-signo”, es decir, entidades codificadas que funcionan como indicadores simbólicos dentro de una lógica de distinción. Tal como expone Baudrillard, “el objeto de consumo es un significante, y su consumo es una manipulación codificada de diferencias significativas” (Baudrillard, 1968, p. 229). Esta lógica fue especialmente efectiva en el caso de las estrellas mediáticas, cuyas imágenes se multiplicaron, desplazando al sujeto real y generando una identidad compuesta únicamente por signos circulantes. Este carácter no puede desligarse de los cambios de ritmo de producción y consumo cultural y a través de los medios de comunicación, las figuras públicas se hicieron omnipresentes.

En este sentido, Marilyn Monroe fue la estrella por excelencia de la cultura visual de masas. Su rostro, su cuerpo, su voz y su gesto fueron cuidadosamente fabricados por los estudios de Hollywood, pero fue la cultura del consumo mediático la que promovió la desvinculación de su vida personal, acabando por absorber su imagen pública. Así pues, su imagen aparecía en distintas revistas, en anuncios, en objetos decorativos, reportajes fotográficos, y más tarde, en obras de arte. Las imágenes de Monroe ya no remitían a la actriz o a su interpretación, sino que se insertaban en un mercado de consumo afectivo: su sonrisa, su mirada o su silueta podían vender cosméticos, perfumes, vestidos, cigarrillos o simplemente “glamour”. Como señaló Zygmunt Bauman, “en una sociedad de consumidores, las personas mismas deben convertirse en productos atractivos y vendibles” (Bauman, 2012, p.11). La importancia radicaba en la superficie simbólica de feminidad, deseo, erotismo y vulnerabilidad que encarnaba.

Este tránsito de mujer a signo fue, como señala Edgar Morin, programado desde el aparato industrial del *star-system* hollywoodiense, en el que la estrella es fabricada para encarnar fantasías colectivas. Monroe, como producto de este sistema, fue configurada no sólo para actuar, sino para proyectar sobre ella una constelación de valores normativos del imaginario patriarcal.

Así, el paso de Monroe de sujeto a objeto, de actriz a icono, fue progresivo pero inexorable. Tal como lo analiza Guy Debord, el espectáculo se basa en “la alienación de la mirada”: el espectador contempla imágenes que suplantán la realidad, y al hacerlo, internaliza modelos de comportamiento y deseo sin cuestionar su origen (Debord, 1995, p.13). En este sentido, Monroe fue transformada en mercancía simbólica; su imagen ya no le pertenecía, sino que circulaba como una forma vacía susceptible de ser apropiada, consumida y resignificada por el mercado y los medios. La cultura visual contemporánea, pues, no solo facilitó la apropiación de su imagen, sino que la convirtió en infinitamente disponible. En palabras de Baudrillard, “la realidad queda abolida, se volatiliza a favor de esta neo-realidad del modelo materializado por el medio mismo” (Baudrillard, 2009, p. 151). La imagen de Monroe no era ya la de una mujer, sino la de un icono flotante, replicado hasta el agotamiento.

A medida que la imagen de Monroe se reproducía y circulaba masivamente, se iba vaciando de contenido, en un proceso que Baudrillard describe como propio del orden del simulacro, donde “los signos nada tienen que ver con ningún tipo de realidad ni con ningún tipo de necesidad social o biológica. Son simulacros creados precisamente para enmascarar la ausencia de ella” (Baudrillard, 2009, p. 31). Así, la figura de Monroe dejó de remitir a una actriz o a una mujer concreta para convertirse en un signo flotante en el universo del consumo, disponible para ser apropiado, reinterpretado y comercializado sin límite.

La figura de Marilyn Monroe no solo fue moldeada por el sistema de estudios de Hollywood, sino que fue posteriormente absorbida y transformada por los medios de comunicación, la cultura visual y el mercado del consumo masivo. A través de esta multiplicación mediática, su imagen trascendió la pantalla y pasó a formar parte del imaginario colectivo global como un icono abstracto, despojado de biografía y convertido en signo. Como explica Espinar, “la

estrella debe ser de algún modo omnipresente, concentrando algunos rasgos muy particulares. Por eso, la industria mediática no debía mostrar a una Marilyn sensible, en otras palabras ‘humana’, sino a una Marilyn convertida en un ser superior, que iba más allá de cualquier condición femenina: una bomba sexual” (Espinar, 2013, p. 51). Esta dinámica de apropiación y disociación puede explicarse desde varias teorías culturales y visuales contemporáneas, que permiten entender cómo la imagen de Monroe ha sido reiteradamente desplazada de su sujeto original para ser idealizada, erotizada o comercializada. Así pues, la figura de Marilyn fue absorbida por el engranaje mediático que la convirtió en una mercancía basada en su constructo visual omnipresente al servicio del deseo colectivo.

2.2. Hollywood y la Fabricación de Marilyn

Los primeros años (1926-1945)

Norma Jean Baker, posteriormente conocida como Marilyn Monroe, es una de las figuras más reconocidas históricamente por su legado construido por los grandes estudios de Hollywood. Su imagen fue fabricada alrededor de un estereotipo claro: un símbolo de la sexualidad fálica. Esta figuración, resulta distante de su realidad y fue perpetuada a lo largo de su vida y del imaginario colectivo que se ha preservado sobre ella. Indudablemente, fue el símbolo sexual de la década de los cincuenta y del máximo exponente del erotismo heteronormativo que eclipsaba una difícil historia personal. Tal y como señala Konkle, el proceso de construcción mediática provocó que la percepción pública de la actriz se conformara como una proyección de deseos ajenos, borrando su identidad individual, pues “people had a habit of looking at me as if I were some kind of mirror instead of as a person. They didn’t see me, they saw their own lewd thoughts” (Monroe, 1974, como se citó en Konkle, 2019, p.1).

Nacida el 1 de junio de 1926 en el Hospital General de Los Ángeles, destacó por su talento como actriz y cantante, pero su infancia estuvo marcada por la carencia de un modelo familiar funcional, lo que provocó en ella una fuerte inestabilidad afectiva, dejando una impronta decisiva en la configuración de su identidad. Su madre, Gladys Pearl Baker, la registró como hija de Edward Mortenson, hecho que respondía a un acto de formalidad carente de filiación real (Spoto, 1993, p.33). Desde sus primeros años de vida, Norma Jeane Mortenson estuvo marcada por la inestabilidad afectiva y la discontinuidad familiar. Su madre biológica, Gladys, incapaz de asumir plenamente el rol materno debido a problemas psíquicos y precariedad económica, la dejó al cuidado de diversas familias de acogida, hecho que supuso que antes de los diez años pasara por más de una docena de hogares temporales (Spoto, 1993, pp. 133–137). Aunque los Bolender le ofrecieron cierta estabilidad en sus primeros años, predominaba un entorno emocionalmente distante y disciplinariamente estricto. La figura materna, fragmentada entre ausencias físicas y desórdenes mentales, aparece ya como un vacío simbólico que condicionará profundamente la construcción posterior de su identidad pública (Spoto, 1993, pp. 36–41).

Durante esta etapa, la tutela temporal de Grace McKee, compañera de trabajo de Gladys, introdujo en la vida de Norma Jeane un nuevo horizonte imaginario. Fascinada por el cine y las estrellas de Hollywood, McKee proyectó en la niña una figura femenina idealizada: glamourosa, visible, deseada. Fue en ese contexto donde comenzó a instalarse el modelo aspiracional que más adelante Monroe encarnaría, no solo como actriz, sino como objeto cultural cuidadosamente fabricado (Spoto, 1993, pp. 44–49).

En paralelo, su infancia estuvo marcada por episodios de abuso que influyeron de manera estructural en el desarrollo de su identidad. En el capítulo *it happened in math class* de su autobiografía inacabada, “My Story”, relata que fue abusada a los ocho años y nuevamente a los once (Monroe & Hecht, 1974, pp. 33-35). Estas experiencias traumáticas contribuyeron y reforzaron su sensación de vulnerabilidad y alimentaron una baja autoestima persistente.

Durante la adolescencia, comenzó a reconocer el valor simbólico de su cuerpo como herramienta de inserción social. A los once o doce años, al adoptar una indumentaria que enfatizaba su silueta, descubrió el efecto inmediato de su apariencia sobre los hombres. Esta atención le otorgaba un sentimiento de pertenencia inédito, aunque también provocaba una escisión interna. Como señala Rollyson, Monroe empezó a percibirse como “dos personas”: una Norma Jeane olvidada y otra entidad nueva, luminosa y proyectada hacia lo colectivo: “She felt, however, like ‘two people,’ the neglected Norma Jeane and some new being who ‘belonged to the ocean and the sky and the whole world’” (Rollyson, 2014, p. 9). Esta fractura entre identidad íntima e identidad visible sería decisiva en su posterior construcción como icono.

A los dieciséis años, impulsada más por necesidad que por convicción, contrajo matrimonio con James Dougherty, cinco años mayor. La inminente mudanza de sus tutores, los Goddard, a Virginia Occidental la habría devuelto al orfanato, por lo que Grace organizó el enlace como una solución práctica para garantizarle estabilidad (Spoto, 1993, pp. 89–91). Si bien Monroe vivió este gesto como un nuevo abandono, Dougherty sostenía retrospectivamente que fueron felices: “It is true that Norma Jeane felt tremendously let down and abandoned by Grace Goddard and despised the idea of going back to the orphanage, so marriage was the better option at the time. However, Jim later insisted that they were genuinely happy with each other” (Morgan, 2007, p. 55).

El joven matrimonio se instaló en un modesto bungalow en Sherman Oaks (Spoto, 1993, p. 94) y, durante un breve periodo, Norma Jane intentó desempeñar el papel de ama de casa idealizado, con una gran dedicación doméstica junto al esfuerzo por encajar en los moldes tradicionales del matrimonio de posguerra. Por lo tanto, esta alianza le proporcionó a Norma Jeane cierta estabilidad, la cual se transformaría posteriormente en un sentimiento de bloqueo y estancamiento proveniente de su papel de ama de casa. Este papel le ofreció tiempo y espacio para establecer una inclinación por la lectura y la introspección, erigiendo así una incipiente vocación artística (Rollyson, 2014, pp.10-11). Este proceso de duda e introspección hacia su identidad y lugar en el mundo, el cual coincidió con su iniciación en el modelaje, le llevó a impulsarse hacia la superación.

La relación comenzó a deteriorarse tras la marcha de Dougherty a la Marina Mercante, y durante su ausencia, Norma Jane empezó a trabajar en la Radioplane Company. Su empleo como obrera de guerra la conectó con el fotógrafo David Conover en 1944, quien documentaba el trabajo femenino en tiempos de guerra y reconoció su extraordinaria fotogenia. Este encuentro marcaría el inicio de su carrera como modelo, la cual no solo posaba, sino que también tomaba la iniciativa, sugiriendo encuadres y analizando cada toma con intención de mejora. Rollyson (2014), resalta que esta etapa representó para ella una auténtica reinención: “She began to make suggestions about how she should be positioned for shots at various factory locations. Norma Jeane’s encounter with Conover confirmed her sense of destiny” (p. 13). La progresiva autonomía adquirida durante este periodo marcó una distancia emocional hacia Dougherty, cuyo regreso no impidió que ella continuara con su objetivo de ser actriz.

El inicio de su carrera como modelo fue marcado por su firma con *Blue Book Modeling Agency*, y comenzó a recibir encargos que iban desde catálogos comerciales hasta revistas ilustradas. Su ascenso fue casi instantáneo, ya que en cuestión de meses pasó de retratar uniformes industriales a figurar como *pin-up* en revistas dirigidas al público masculino, y su imagen empezó a difundirse masivamente en publicaciones como *Parade*, *Pageant*, *See y Peek* (Spoto, 1993, p.110). Así pues, este proceso la introdujo de manera fulminante en el imaginario visual de la cultura de masas. Estas primeras apariciones no sólo consolidaron su carrera como modelo, sino que sentaron las bases de su futura identidad pública. Desde el inicio de su carrera, Monroe mostró una capacidad innata para adaptarse al objetivo fotográfico y trabajar con él, como sujeto pasivo, “but she gazes directly at the camera, conveying the impression of a willing, malleable subject” (Rollyson, 2014, p.14). Sin embargo, este carácter maleable no implicaba autonomía, sino disponibilidad a ser moldeada según los códigos visuales y heterosexuales del momento. Su erotización gráfica —visible ya en las portadas de *Yank* o *Laff*— anticipó su posterior conversión en mito, en tanto icono del deseo colectivo fabricado por el sistema de representación patriarcal-industrial.

El cuerpo de Norma Jeane, antes invisibilizado por una infancia precaria, comenzó a ser moldeado como imagen icónica. Era ya, antes incluso de entrar en un plató de cine, un producto reconocible del imaginario cultural estadounidense ya que su imagen ya circulaba como representación estandarizada de deseo, estetizada por y para la mirada masculina en diversas portadas de revista:

“Over the next decade, Norma Jeane’s photograph would appear on magazines all over the world, long after she had changed her name to Marilyn Monroe and achieved major stardom. Back in the mid to late 1940s, her international covers included the likes of Leader Magazine in England, Pour Tous Films in France, de Prins reporter in Holland, Intimita in Italy and Hela Varlden in Sweden.” (Morgan, 2015, p.139)

Así pues, la conversión visual que precedió a su formación de actriz, y su erotización gráfica anticipó su inscripción definitiva como mito para el consumo cultural.

Estrella (1946-1950)

En paralelo a su ascenso como modelo, Norma Jeane inició su carrera como artista tomando clases de actuación, canto y dicción, interesándose por el mundo del espectáculo, hasta que en 1946 firmó su primer contrato con la 20th Century Fox, adoptando su nombre artístico Marilyn Monroe en honor a la actriz Marilyn Miller, compuesto con el apellido de soltera de su madre, Monroe. La adopción de este nuevo nombre fue acompañada de una serie de modificaciones físicas, de comportamiento y estilísticas, ya que cambió su tono de cabello a rubio platino, remodeló sutilmente su dentadura y redefinió su dicción para suavizar así su acento. (Spoto, 1993, p. 185). Así pues, la actriz se vio sometida a un proceso de transformación impulsado por el estudio, el cual fue el primer paso en su transformación en un ícono de Hollywood. Este proceso, como indica Sarah Churchwell (1996), fue una creación sujeta a presiones externas, desnaturalizando su manifestación interna:

““Marilyn Monroe” is, by definition, not the self, and not a whole person, in part because she is endlessly represented as having been created by external pressures, rather than being a more “natural” expression of some internal, invariable self.” (p.196)

Así pues, el estudio no contrató a una actriz, sino que creó una desde cero, y a partir de allí, su identidad real comenzó a quedar ensombrecida y anulada.

Hollywood

El sistema de estudios de Hollywood se consolidó como un modelo industrial dominante en la producción cinematográfica estadounidense a partir de la década de 1920. Este sistema, conocido como el *studio system*, tenía una estructura que permitía a las grandes productoras controlar no solo el proceso de creación de películas, sino también su distribución y exhibición en sus propias salas (Domínguez, G., 2015, p.17). Así pues, este modelo, el cual estaba articulado en torno a los Big Five (MGM, Paramount, Warner Bros., 20th Century Fox y RKO), implicaba la centralización de todos los procesos de negocio cinematográfico.

En el marco de este sistema surgió el *star system*, una práctica formulada por los estudios de Hollywood con el fin de mantener una plantilla fija de estrellas a su disposición, implicando contratos de larga duración y exclusivos, y según Domínguez “mediante el cual se hacían legalmente con el control de su trabajo y de su imagen, que construían y promocionaban hasta convertirlos en estrellas” (Domínguez, 2015, p. 19). Así pues, las estrellas eran moldeadas estratégicamente para responder a las necesidades comerciales de los estudios, convirtiéndose en productos simbólicos cuidadosamente gestionados.

Tal como señala Edgar Morin (1961), el fenómeno de la estrella debe entenderse dentro de un sistema industrial que transforma una individualidad ordinaria en una figura excepcional. La estrella, escribe, “is a goddess. The public makes her one. But the star system prepares her, trains her, molds her, moves her, manufactures her” (p. 135). Esta doble condición —entre lo divino y lo manufacturado— se encarna en Monroe como un ejemplo extremo. Su biografía fue absorbida por la lógica del espectáculo hasta hacerla casi indistinguible de su personaje. Esta fusión entre lo vivido y lo representado adquiere una dimensión inquietante en palabras del mismo autor: “Like her admirers the star is subjugated by this image superimposed upon her real self: like them, too, she wonders if she is really identical with her double on the screen” (Morin, 1961, p. 67). Monroe se convierte, así, en una figura atrapada en la imagen que proyecta: una entidad que oscila entre el mito y la persona, entre el artificio colectivo y la interioridad desplazada. En última instancia, como observa Morin, la estrella queda reducida a mercancía: “The star is simultaneously standard merchandise, luxury item, and a source of capital gains. She is capital-merchandise” (Morin, 1961, pp. 138-139). La historia de Marilyn Monroe no puede desligarse de esta maquinaria simbólica y económica que fabricó, distribuyó y, finalmente, devoró su imagen.

No obstante, el sistema hollywoodiense no debe ser entendido únicamente como una industria de entretenimiento, sino como un complejo aparato simbólico. Morin sostiene que “industrial techniques have to take over the dreams of the human heart”, produciendo no solo bienes culturales, sino mitos, fantasías y arquetipos estandarizados para el consumo colectivo: “the gods were one day to be manufactured; the myths were to become merchandise” (Morin, 1961, p. 140). Así, las estrellas no son personas reales sino construcciones mediáticas que ocupan un lugar central en el imaginario ideológico moderno.

Lejos de ser reflejos espontáneos de la personalidad del actor, las imágenes estelares eran cuidadosamente planificadas por los estudios. La *star image* no se limitaba al rol en pantalla, sino que incluía su presencia en la prensa, entrevistas, campañas publicitarias, rumores y apariciones públicas. Todo ello conformaba una identidad mediática coherente y funcional, regulada al milímetro: aspecto físico, conducta pública, relaciones afectivas y valores morales eran supervisados para proyectar una imagen legible, deseable y comercializable.

Pero las estrellas no eran solo productos; eran también mitos vivientes. Morin define el *star system* como una “fábrica impersonal de personalidad” (Morin, 1961, p. 67), una dialéctica entre singularidad y estandarización. Thomas de Cordova amplía esta noción señalando que, aunque los estudios funcionaban como fábricas serializadas, producían figuras individuales con atributos únicos. Estas características —físicas, expresivas o temperamentales— las hacían inconfundibles y, por tanto, irremplazables en la economía afectiva del espectador. En esta línea, Morin sintetiza: “star-goddess and star-commodity are two sides of the same reality” (Morin, 1961, p. 167).

El cuerpo, especialmente el femenino, constituía el soporte privilegiado de esta operación simbólica. La belleza normativa, la juventud y la sensualidad eran criterios esenciales. Se identificaban los “puntos fuertes” de la futura estrella y se construía su imagen en torno a ellos. A veces, incluso los defectos eran estilizados y convertidos en signos distintivos.

Este proceso de estetización del cuerpo se vincula estrechamente con el análisis de Laura Mulvey, quien conceptualiza la imagen femenina en el cine clásico como una construcción orientada al placer visual masculino. En su ensayo “Visual Pleasure and Narrative Cinema”, Mulvey afirma que “woman is simultaneously looked at and displayed, with her appearance coded for strong visual and erotic impact” (Mulvey, 1975, p. 11). La estrella femenina no solo interrumpe el relato para ofrecer espectáculo, sino que “holds the look, plays to and signifies male desire” (Mulvey, 1975, p. 11). Así, la estrella femenina no es sujeto, sino objeto visual, elaborado según una lógica escópica que legitima la mirada masculina y perpetúa la subordinación simbólica del cuerpo de la mujer.

Fue en ese contexto donde se forjó Marilyn Monroe. Tras firmar su primer contrato con la 20th Century Fox en 1946, Norma Jeane fue sujeto de un proceso de modelación y transformación a un arquetipo de mujer muy concreto, fijo e inalterable: sensual, ingenua, obediente y deseable.

Durante los primeros años, la carrera de Monroe se desarrolló en papeles secundarios, pero su imagen fue cuidadosamente preparada para un ascenso gradual. En 1950, ya era considerada una figura destacada del estudio, gracias a su participación en películas como *La jungla de asfalto* (John Huston, 1950) y *Eva al desnudo* (Joseph L. Mankiewicz, 1950). Sin embargo, fue a partir de *Niagara* (Henry Hathaway, 1953) cuando emergió como protagonista absoluta, proyectando una imagen inequívoca de feminidad heteroerótica y pasiva, construida para la mirada masculina (Mulvey, 1989, pp. 19-21).

Su aparición como protagonista en *Niagara* marcó un punto de inflexión decisivo, y la fotografía realizada por la Fox para promocionar la película y su lanzamiento (Fig. 1), forma parte del dispositivo publicitario destinado a consolidarla como “bomba sexual”, arquetipo que el estudio construía deliberadamente. La pose cuidadosamente escenificada, el vestido ceñido, la iluminación y la mirada no responden a una estética casual, sino que son elementos codificados del discurso visual del cine de Hollywood. Esta imagen, no sólo promocionaba la película, sino que fabricó un símbolo y fue la base fotográfica que posteriormente Warhol usó en muchas de sus obras.



Fig. 1. Retrato fotográfico de Marilyn Monroe como Rose Loomis en la película Niagara (1953). Gene Kornman.

Fenómeno blonde bombshell (1953-1956)

Durante los años 1953 a 1955, Marilyn Monroe interpretó una serie de papeles que consolidaron su identificación pública con el arquetipo de la *blonde bombshell*, el cual no solo describe una figura femenina marcada por una mezcla de alto erotismo, ingenuidad fingida y una fuerte carga de sensualidad estereotipada encarnada históricamente por mujeres de cabello rubio platino, curvas prominentes y un estilo visual hipersexualizado, sino que fue una construcción cultural y mediática construida al servicio del deseo masculino y cristaliza una performatividad de género. Como señala Wendy Haslem, Monroe es “the paradigmatic representation of woman’s relationship to ‘the pornographic consciousness’” (Haslem, 2023, p. 33), encarnando una imagen que se define por el sometimiento al deseo voyeurista, la fragmentación y la erotización de la pasividad. Esta imagen no representa una subjetividad autónoma, sino un efecto espectacular, intercambiable y codificado desde los regímenes del deseo.

Este estereotipo de la *blonde bombshell* está vinculado a una forma muy específica de feminidad racializada, hipersexualizada y espectacularizada. Como observa Richard Dyer, “To be the ideal Monroe had to be white, and not just white, but blonde, the most unambiguously white you can get... Blondeness, especially platinum (peroxide) Blondeness is the ultimate sign of whiteness” (Dyer, 2004, cit. en Haslem, 2023, p. 32). La blanquitud de la rubia platino no solo define un canon estético, sino que reitera una jerarquía visual y simbólica, inscribiendo el cuerpo femenino como mercancía de máximo valor erótico. Por ello, como señala el propio Dyer, “Monroe = sexuality is a message that ran all the way from what the media made of her in the pin-ups and movies to how her image became a reference

point for sexuality in the coinage of everyday speech” (Dyer, 2004, cit. en Haslem, 2023, p. 32).

Isabel Millar retoma esta lectura desde una crítica contemporánea, señalando que Monroe encarna perfectamente la lógica de la *Young-Girl* como sujeto de consumo bajo el capitalismo: “Marilyn Monroe partakes of all the trappings of the Young-Girl and we could say she is the perfect specimen” (Millar, 2022, p. 121). Esta figura no representa una mujer concreta sino un modelo performativo de deseo fetichizado, que ha sido sistemáticamente reproducido, imitado y estetizado. Así, Monroe “was the original dumb blonde (alongside arguably Jean Harlow, Jayne Mansfield and Diana Dors) an epithet that is shorthand for a woman who is not literally dumb but who cultivates her physical attributes and plays on her supposed lack of intelligence to fool people into giving her more power/money/influence” (Millar, 2022, p. 122). Esta estrategia de falsa ingenuidad revela la dimensión performativa del género, en la medida en que la hipersexualización de la rubia se convierte en un guion aprendido, repetido y espectacularizado. Finalmente, la lógica destructiva de este arquetipo queda condensada en la frase de Edgar Morin: “Marilyn Monroe, the torrid vamp of Niagara, naked under her red dress, with her ferocious sexuality and her sulky face, is the perfect symbol for the star system’s recovery” (Morin, 1961, cit. en Haslem, 2023, p. 31), pues esa recuperación es también una reapropiación del cuerpo femenino como emblema de un deseo siempre expropiado.

Este término se popularizó en el contexto de Hollywood desde la década de 1930, concretamente con la figura de Jean Harlow, y la denominación de “*blonde bombshell*” como fórmula mediática se consolidó en la industria del espectáculo como estrategia publicitaria para crear iconos sexuales fácilmente identificables para el consumo masivo. Así pues, el arquetipo de *blonde bombshell* no es solo una descripción física, sino una categoría ideológica e industrial que refleja cómo la cultura visual moderna ha utilizado el cuerpo femenino como superficie de proyección de deseos, ansiedades y normas sociales. Monroe, al asumir este papel, se convirtió en su expresión más icónica de este. En términos ideológicos, su figura sostiene el equilibrio entre deseo y dominación, reafirmando las jerarquías de género desde una aparente celebración de lo femenino.

En *Los caballeros las prefieren rubias* (Howard Hawks, 1953), Monroe interpreta a Lorelei Lee, una corista cuyo interés principal son los hombres ricos y las joyas. Este personaje representa una etapa crucial en la carrera de Monroe, en la que su figura se consolida como icono pop y objeto de deseo visual. El número musical *Diamonds Are a Girl’s Best Friend* cristaliza esta construcción visual: Monroe aparece envuelta en un vestido rosa brillante, rodeada de hombres que la contemplan, con una gestualidad coreografiada que enfatiza su condición de objeto de deseo, tal y como Rollyson explica:

“she appears in a fetching satin dress and glossy makeup [...] Every move she makes sparkles and glitters; her voice and the accompanying music are amplified and modulated to project both the raucous response of unrepressed sexuality and her soft, mellow, caressing tones” (Rollyson, 2014, pp. 71-74).

Así pues, esta escena no solo proyecta una imagen, sino que escenifica una identidad la cual no solo construye a Monroe como objeto de deseo visual, sino que también la eleva a un símbolo cargado de erotismo estandarizado.

Esta construcción continúa en *Cómo casarse con un millonario* (Jean Negulesco, 1953), su personaje, Pola Debevoise, refuerza esta narrativa. Pola es una joven que se niega a usar gafas por miedo a parecer menos atractiva, y su miopía extrema se convierte en motivo de comedia. Esta relación entre visión y belleza articula una crítica a la mirada masculina. Este gag, aparentemente cómico, revela una dinámica de fondo profundamente vinculada a la biografía de Marilyn. En esta etapa, Monroe ya se encontraba atrapada en la lógica del sistema de estudios.

Como señala Konkle, en una de las escenas más reveladoras, Pola se queda contemplándose frente a un conjunto de espejos que la multiplican visualmente (Fig. 2): “allows her to linger in front of the mirrors so that viewers can dwell on her body without the obstacle of her self-assessment” (Konkle, 2019, p. 90). La imagen de Pola fragmentada en múltiples reflejos no es solo un recurso estético, ya que también podría considerarse una metáfora de la experiencia biográfica de Norma Jeane. La escena refuerza así el carácter visual y objetual de su representación en referencia a su atractivo, pero también se burla de él, como argumenta Sabrina Barton: “the glasses are a constant reminder that Monroe is indeed performing idealized femininity for a specific audience” (Barton citado en Churchwell, 2004, p.60).



Fig. 2. Cartel publicitario de la película *Cómo casarse con un millonario* (1953)

La consolidación del estereotipo llega con *La tentación vive arriba* (Billy Wilder, 1955), donde el personaje que interpreta Monroe no tiene nombre y se la denomina “La Chica”. este hecho refleja un gran grado de iconización ya alcanzado por la actriz.

La famosa escena del vestido blanco sobre la rejilla del metro (Fig. 3) se ha convertido en una de las imágenes más reproducidas del siglo XX. Desde la teoría fílmica feminista, esta secuencia ha sido interpretada por Laura Mulvey como un ejemplo paradigmático del placer escópico masculino, es decir, de la configuración de la imagen de la mujer como objeto de disfrute visual pasivo: “La mujer expuesta como objeto sexual es el *leitmotiv* del espectáculo erótico [...], ella significa el deseo masculino, soporta su mirada y actúa para él” (Mulvey, 1995, p. 370).



Fig. 3. M. Monroe en *La tentación vive arriba* (1953)

Aunque estos papeles podrían ser interpretados desde una perspectiva emancipadora —una mujer que se vale de su atractivo para obtener lo que desea—, la reiteración sistemática de tales roles y la ausencia de un verdadero desarrollo dramático refuerzan una lectura normativa de género. En palabras de la misma Monroe: “but I am tired of the same old sex roles. I want to do better things. People have scope, you know” (Spoto, 1993, p. 333). Este rechazo expresa su toma de conciencia ante la reiteración de personajes superficiales que limitaban su crecimiento artístico. En 1953 fue la actriz más fotografiada del mundo y Photoplay la reconoció como la estrella femenina más destacada del año (Konkle, 2019, pp. 13-15), pero durante el punto álgido de su popularidad, Monroe comenzó a visibilizar su insatisfacción. Comprendía que el control de su imagen pertenecía más al estudio que a ella misma, pero al mismo tiempo, luchaba por apropiarse de esa imagen pública. Cuando Marilyn acepta la etiqueta de narcisista lo hace como acción reivindicativa según Churchwell, ya que ella lo entendía como parte de su esfuerzo por controlar cómo era vista y cuanto valía (Churchwell, 2004, p. 220). Según ella misma relató: “When the photographers come, it’s like looking in a mirror. They think they arrange me to suit themselves, but I use them to put over myself. [...] I used to feel as tied to the beauty business as an addict to his drugs” (citado en Churchwell, 2004, p. 220). Este testimonio revela cómo luchaba por apropiarse de su imagen frente a una industria que la vigilaba y explotaba, intentando evitar la humillación ligada a la exposición.

En 1954 Marilyn Monroe se trasladó a Nueva York con el propósito de reconectar con la interpretación desde una perspectiva más introspectiva, incorporándose al Actors Studio bajo la dirección de Lee Strasberg, lo que supuso tanto una vía de reconstrucción personal como un intento de legitimación artística en un sistema que la trataba como mercancía (Spoto, 1993, pp. 291–292; Banner, 2012, p. 194). Este periodo se caracterizó también por la fundación de Marilyn Monroe Productions en 1954, un acto de afirmación artística y económica que le permitió ejercer mayor control creativo y negociar contratos en condiciones más favorables (Churchwell, 2004, p. 176). Gracias a esta iniciativa surgieron filmes como *Bus Stop* (1956) y *El príncipe y la corista* (1957), donde Monroe ofreció interpretaciones más complejas y asumió el rol de productora.

A pesar de estos esfuerzos por redefinir su carrera, las tensiones con la industria y la prensa persistieron. Desde mediados de los años 50 comenzó a imponerse una narrativa que la presentaba como una actriz inestable y poco profesional, percepción alimentada tanto por los estudios como por los medios, aunque muchas de esas actitudes eran reflejo de la ansiedad y la enorme presión que soportaba (Spoto, 1993, pp. 298–301). Así, pese a su gran popularidad, su carrera en la segunda mitad de su trayectoria fue mucho menos prolífica, una disminución atribuida injustamente a supuestos problemas personales y no al entramado de coerción cultural que la rodeaba (Spoto, 1993, p. 289).

La nueva Marilyn (1957-1961)

A partir de 1957, la vida de Marilyn Monroe atravesó una etapa de profundas transformaciones personales y profesionales. Su matrimonio con el dramaturgo Arthur Miller, celebrado en 1956, marcó un intento consciente de reformular su identidad más allá del cuerpo deseado. Monroe anhelaba ser reconocida como una mujer inteligente y sensible, capaz de escapar del estereotipo que la había encumbrado. Tal como indica Lois Banner, su aspiración era “despertar respeto por su mente, no solo admiración por su cuerpo” (Banner, 2012, p. 231). En este nuevo vínculo buscaba un interlocutor que validara su subjetividad, lejos del rol ornamental que le había asignado la industria.

No obstante, esa relación trajo consigo nuevas tensiones. Miller, aunque respetado en el mundo literario, nunca logró comprender plenamente la fragilidad emocional de su esposa ni adaptarse al entorno cinematográfico que ella habitaba. En su diario personal, publicado tras su muerte, el dramaturgo describe su experiencia junto a Marilyn como una “batalla entre el alma de Marilyn y el personaje que ella misma debía representar” (Churchwell, 2004, p. 216). Esta lucha interna revela no solo la dualidad entre Norma Jeane y Marilyn, sino también la carga insoportable de sostener una imagen pública ajena a su verdad más íntima.

Durante este periodo, su carrera cinematográfica alcanzó uno de sus momentos más brillantes con *Con faldas y a lo loco* (Billy Wilder, 1959), donde interpretó a Sugar Kane, una cantante con rasgos de ternura y desamparo. La crítica alabó su actuación, y la película se convirtió en un éxito rotundo. Sin embargo, su estado físico y psicológico ya mostraba signos de deterioro

alarmante. El propio Wilder la describía como “una mezcla de genialidad y caos”, capaz de ofrecer momentos de absoluta brillantez seguidos de episodios de parálisis emocional que paralizaban la producción (Spoto, 1993, pp. 328–332).

Ese desgaste se hizo aún más evidente en *Vidas rebeldes* (John Huston, 1961), su última película completa, escrita por el propio Arthur Miller como un aparente homenaje. En ella, Monroe interpreta a Roslyn, una mujer frágil y lúcida, desencantada de un mundo masculino que intenta contenerla. Tanto Banner como Churchwell coinciden en que esta fue “la más autobiográfica de todas sus interpretaciones” (Banner, 2012, p. 286; Churchwell, 2004, p. 239). El peso performativo de una identificación impuesta con un personaje tan cercano a su propia experiencia la llevó al límite, hasta el punto de sentirse traicionada por el guion. “And to think, Arthur did this to me... if that’s what he thinks of me, well, then I’m not for him and he’s not for me”, exclamó Monroe durante el rodaje, según testimonios de su círculo cercano (Churchwell, 2004, p. 241).

La separación con Miller se formalizó el 24 de enero de 1961, en una ceremonia rápida y discreta en Ciudad Juárez, México. De vuelta en Nueva York, Monroe intentó reconstruirse, pero los episodios de crisis nerviosa, las hospitalizaciones (como su internamiento en el Payne Whitney Psychiatric Clinic) y el aumento en el consumo de barbitúricos confirmaban su desmoronamiento emocional. En su última entrevista, poco antes de morir, confesaba sentirse alienada: “I don’t look at myself as a commodity, but I’m sure a lot of people have” (Churchwell, 2004, p. 275).

Muerte (1962)

Marilyn Monroe fue encontrada muerta en su casa de Brentwood, Los Ángeles, el 5 de agosto de 1962. Tenía 36 años. La versión oficial indicó una sobredosis de barbitúricos como causa del fallecimiento, en un contexto en el que la actriz ya había sido hospitalizada en varias ocasiones por episodios de crisis nerviosa, insomnio crónico y dependencia química. El informe del forense no encontró signos de violencia ni indicios claros de suicidio intencional, aunque la presencia de altos niveles de Nembutal en sangre apuntaba a una ingesta masiva y voluntaria (Spoto, 1993, pp. 547–549).

Sin embargo, desde el primer momento, su muerte se vio envuelta en un halo de misterio que desbordó el marco forense. Las múltiples teorías conspirativas que circularon —vinculándola con los Kennedy, la CIA o el FBI— no sólo enturbiaron la comprensión de los hechos, sino que colaboraron activamente en la construcción de un relato mitológico. Como afirma Sarah Churchwell (2004), “the ambiguity of her death was immediately aestheticised, turned into another scene in the story of Marilyn” (p. 259). Así, la incertidumbre no anuló el mito, sino que lo intensificó: la muerte dejó de ser un hecho biográfico para convertirse en parte de una narrativa trágica y serializada, donde lo real y lo ficcional se funden de manera irreparable.

En términos simbólicos, su muerte funcionó como una culminación dramática del personaje que la había consumido. Edgar Morin ya advertía que las estrellas son construcciones que encarnan aspiraciones colectivas, pero que son también profundamente vulnerables a la lógica caníbal de la industria cultural: “El destino de la estrella no le pertenece, sino que está sometido a la ley del espectáculo que ella alimenta” (Morin, 1961, p. 82). En el caso de Monroe, esta ley se manifestó con una precisión devastadora. La industria que la había elevado a la categoría de mito se desentendió de su fragilidad psíquica, y el espectáculo prosiguió incluso después de su desaparición.

La cobertura mediática de su fallecimiento acentuó esa dimensión icónica. Las imágenes de la ambulancia, la casa acordonada y su cuerpo siendo trasladado fueron reproducidas por la prensa con un tono a medio camino entre la tragedia y el sensacionalismo. La muerte de Marilyn no fue tratada como la de una persona privada, sino como un episodio más en su performance pública. Tal como señala Churchwell, “even in death, Monroe was made to perform; the narrative had to be completed, her image sealed” (Churchwell, 2004, p. 263).

Esa teatralización de la muerte responde a lo que Guy Debord definió como “la sociedad del espectáculo”, donde “todo lo que antes se vivía directamente se aleja en una representación” (Debord, 1995, p. 13). Monroe dejó de ser un cuerpo presente para convertirse en una imagen reproducible, en una “apariencia eterna” sin voz ni réplica. Su muerte no puso fin al mito, sino que lo selló con una dimensión sacrificial: una figura consumida por su propio signo.

En los días posteriores, miles de fans se congregaron frente al edificio donde había vivido, muchos llorando como si perdieran a una persona cercana. En la memoria colectiva, se impuso una imagen melancólica de Marilyn: frágil, incomprendida, rota por dentro. Esa representación no fue simplemente espontánea, sino producto de una larga construcción previa que articuló su feminidad como espectáculo y su vulnerabilidad como mercancía.

2.3. Marilyn como Ícono Cultural: Mito, Simulacro y Espectáculo

La figura de Marilyn Monroe se erige como uno de los mitos más emblemáticos de la cultura de masas del siglo XX. La construcción de su mito visual, que responde a una transformación del sujeto a imagen y de la imagen a mercancía, no puede entenderse sin considerar el marco simbólico que configuró su circulación mediática. Desde el momento en que su imagen fue disociada de su experiencia vital por los procesos anteriormente explicados, la actriz se convirtió en un signo flotante, un objeto visual autónomo el cual encarnaba una serie de valores normativos sin necesidad de remitir a un referente real.

Este proceso estuvo dominado por la lógica del espectáculo y del simulacro. En este sentido, la transformación de Marilyn en ícono responde a una doble operación. Por un lado, su imagen es elevada a la categoría de mito cultural, cargada de significados sociales, sexuales y emocionales, mientras que, por otro lado, dicha imagen es convertida en un signo autónomo.

Esta operación simbólica encuentra su explicación teórica en el concepto de “espectáculo” tal y como lo formula Guy Debord en *La sociedad del espectáculo*, Debord afirma que “El espectáculo no es un conjunto de imágenes, sino una relación social entre personas mediatizada por imágenes” (Debord, 1995, p.9). En ese sentido, podríamos decir que la imagen de Marilyn actúa como un dispositivo que organiza el deseo, la identificación y el consumo visual dentro del sistema y cultura dominante. Su conversión en icono excede la dimensión biográfica para instalarse como entidad espectacular, es decir, su autenticidad fue suplantada por una acumulación de representaciones espectacularizadas. Su conversión en icono excede la dimensión biográfica para instalarse como entidad espectacular: “en el mundo realmente invertido, lo verdadero es un momento de lo falso” (Debord, 1995, p. 10).

Debord apunta que esta lógica genera un circuito cerrado de autorreferencialidad en el que el espectáculo se autosustenta: “el espectáculo es el capital a un grado de acumulación tal que éste deviene imagen” (Debord, 1995, p. 19), siendo Monroe el ejemplo perfecto de capital simbólico convertido en imagen. Su cuerpo, estetizado, reproducido y vaciado de individualidad, representa la consolidación del “mundo invertido” en el que lo visible sustituye a lo vivencial.

Edgar Morin refuerza esta idea al señalar que la estrella es un ser mítico cuya existencia está enteramente subordinada a su imagen y viceversa (Morin, 1961, p. 37), de modo que la experiencia vital del individuo desaparece en favor de un relato visual mediado y espectacularizado.

Sarah Churchwell ofrece una reflexión especialmente ilustrativa sobre este fenómeno al afirmar que la figura de Monroe no era simplemente una ficción mediática, sino una identidad culturalmente reconocida, en contraste con la supuesta realidad de Norma Jeane, cuya existencia aparece retrospectivamente como un relato alternativo:

“Marilyn Monroe was a real person in every way recognized by our culture—except in her own biographies. [...] Only the ‘true stories’ about her life declare her a fiction and Norma Jeane a real person, but it is Norma Jeane who is the fiction, the cultural figment, the ghost of the real” (Churchwell, 2004, pp. 208–209).

Esta afirmación apunta a una inversión de los términos tradicionales entre verdad biográfica y representación cultural. En esta lógica, Monroe no sería un personaje encubierto tras una identidad real, sino una figura estructural, cuya eficacia simbólica reside precisamente en su condición de mito. Churchwell insiste en esta lectura al afirmar que su relato “is a myth in the ancient sense of a tale invented to explain the inexplicable [...] Marilyn Monroe has become a dead metaphor” (Churchwell, 2004, pp. 16–17). Es decir, su biografía actúa como estructura narrativa que organiza sentidos sociales vinculados al género, la sexualidad y el poder, independientemente de su correspondencia empírica. Así pues, la narrativa en torno a Monroe funciona como un sistema de significados culturalmente legitimado que busca dar sentido a las tensiones de género, sexualidad y poder del siglo XX.

La noción de “espíritu del tiempo”, tal como la define Jodelet, permite comprender cómo Monroe encarna las sensibilidades colectivas del patriarcado de su época: “el espíritu del tiempo designa el clima intelectual, los hábitos de pensamiento, el conjunto de opiniones, ideas, juicios propios de una época determinada” (Jodelet, 2020, p. 21). En esta atmósfera simbólica, Monroe fue dotada y asociada con significados que exceden su corporeidad y biografía individual para representar un ideal estético, emocional y erótico estructuralmente funcional al sistema cultural hegemónico del capitalismo tardío. Su imagen, reiterada, pasó a encarnar una sensibilidad colectiva determinada más que una subjetividad individual concreta.

Por tanto, el estatuto icónico de Monroe debe entenderse como el resultado de una lógica cultural que transforma a los individuos en símbolos, a las biografías en relatos míticos y a las imágenes en capital visual. Esta transformación no se limita a su caso específico, pero en ella alcanza una de sus expresiones más evidentes. Su figura, entonces, no remite a una verdad oculta que pueda ser desvelada, sino a una configuración cultural producida, reproducida y legitimada por los mecanismos de representación dominante.

3. La Transformación de Marilyn en la Obra de Andy Warhol

La figura de Marilyn Monroe, construida mediáticamente como encarnación del deseo y de la feminidad espectacularizada, alcanza en la obra de Andy Warhol una inflexión crítica decisiva. A partir de 1962, año de la muerte de la actriz y de la irrupción plena del Pop Art, Warhol convierte su rostro en un motivo privilegiado desde el cual interrogar los regímenes de producción, circulación y consumo de imágenes que definen el capitalismo tardío. En este proceso, Marilyn deja de operar como sujeto para devenir signo: un rostro descontextualizado, repetido, serializado y cromáticamente manipulado que ya no remite a una individualidad concreta, sino que funciona como interfaz simbólica de un sistema visual saturado y autorreferencial.

En este sentido, el conjunto de obras que Warhol dedica a Monroe no debe ser leído como un homenaje a la celebridad, sino como una operación estética y semiótica que revela la lógica industrial que subyace a la construcción del icono. La elección de Marilyn no es arbitraria: encarna una figura ya previamente estetizada, investida por el imaginario colectivo, convertida en mercancía visual antes incluso de ser traducida al lenguaje de la serigrafía. Warhol, al reproducir su imagen en serie, no solo visualiza el vaciado de subjetividad al que está sometida, sino que radicaliza ese mismo vaciamiento, disolviendo la frontera entre retrato y producto, entre imagen y objeto, entre cuerpo y simulacro.

Así, la transformación de Marilyn en la obra de Warhol no remite únicamente a un desplazamiento temático, sino a una mutación ontológica: su figura es subsumida en una lógica de representación donde lo aurático es sustituido por lo mecánico, lo expresivo por lo neutral, lo narrativo por lo serial. En este proceso, la imagen se independiza de su referente y

se integra plenamente en el flujo de signos intercambiables característico del orden simbólico del consumo.

3.1. Recorrido y Estrategias Artísticas de la Obra de Andy Warhol

La emergencia del arte pop a mediados del siglo XX no puede entenderse al margen de los profundos procesos de transformación social, económica y cultural que definieron la posguerra, sobre todo en los Estados Unidos de Norteamérica. En este contexto, Andy Warhol se erige como una figura clave que no solo sintetiza las tensiones del capitalismo tardío, sino que además redefine el rol del artista, el estatuto de la obra y el régimen visual contemporáneo. Su producción, directamente vinculada al auge de la cultura de masas, al dispositivo técnico de la reproducción y a la circulación masiva de iconos, materializa muchas de las transformaciones teóricas descritas por Benjamin o Baudrillard, consolidando su trayectoria como un territorio privilegiado para el análisis estético, social y filosófico.

En el marco sociocultural en el que nos encontramos, el arte pop emerge como una respuesta, ambigua y tensa, al predominio de las imágenes propias del consumo. A diferencia del dadaísmo, el cual adoptaba una actitud profundamente nihilista ante la cultura de masas, el pop art no la impugna directamente, sino que la incorpora como lenguaje y la estetiza. En este sentido, Brajčić apunta que “Pop art was not motivated by despair or disgust towards today's civilization: it perceives commercial culture as an inexhaustible source of painting content, more than some evil to be attacked” (Brajčić et al., 2020, p. 241), posicionando así la cultura popular como materia prima para una estética que ya no busca trascendencia, sino la integración con lo banal. De este modo, el arte pop encuentra en lo cotidiano –cómic, envases comerciales, publicidad, ídolos cinematográficos– su principal repertorio simbólico. (Harrison, S., 2003, p.135).

El ascenso de Warhol como figura artística se produce simultáneamente con este nuevo paradigma visual. Su formación como ilustrador comercial y su experiencia profesional como diseñador de escaparates y publicista le dotaron de un conocimiento profundo de las técnicas de impresión y de los mecanismos visuales clave que articulan el mercado. Esta trayectoria le permitió trasladar a la pintura una estética marcada por la neutralidad cromática, la seriación formal y la impersonalidad del diseño gráfico (Brajčić, K., 2019, p.242).

El punto de inflexión que marca su entrada definitiva en el campo del arte se produce en 1962 con la serie *Campbell's Soup Cans* (Fig. 4), en la que reproduce mediante serigrafía una lata de sopa comercial, replicada visualmente tantas veces como sabores disponibles en el mercado.



Fig. 4. Andy Warhol, *Campbell's Soup Cans*, 1962.

Esta operación trasciende la anécdota, ya que apunta a la equivalencia estructural entre obra de arte y mercancía. Warhol no representa el objeto: lo manufactura visualmente como signo intercambiable. Warhol no representa la sopa, la produce visualmente como un objeto repetible. Tal y como menciona Berhin, él mismo sintetizó su voluntad de borrar toda traza de subjetividad para abrazar una lógica estética derivada del sistema técnico-industrial (Berhin, 1967, p. 362). En este sentido, Warhol reivindica una práctica artística que, más que hablar sobre la máquina, opera como si fuera una.

A partir de ese momento, Warhol desarrolla un lenguaje visual sistemático, basado y sustentado en la repetición, la bidimensionalidad, la cromatografía plana y artificial y la serialidad icónica. entre sus obras más representativas de esta etapa se encuentran *Gold Marilyn Monroe* (1962), *Green Coca-Cola Bottles* (1962), *Marilyn Diptych* (1962), *Brillo Boxes* (1964) y *Electric Chairs* (1967). Todas ellas responden a un principio común operativo: la neutralización del aura por medio de la repetición mecánica. Como ya anticipaba Walter Benjamin, “en la época de la reproducción técnica de la obra de arte lo que se atrofia es el aura de ésta” (Benjamin, 2003, p.3).

La estrategia técnica por excelencia en la obra de Warhol es la serigrafía, la cual se instituye como técnica paradigmática en su producción. Se trata de un proceso industrial que posibilita la reproducción múltiple de imágenes con ligeras variaciones cromáticas. Esta técnica no solo suprime el gesto manual del autor, sino que permite una reconfiguración del retrato en clave del signo, es decir, facilita su fragmentación y descontextualización. Warhol aplica esta metodología especialmente sobre figuras mediáticas de la cultura de masas como Marilyn Monroe, Liz Taylor o Elvis Presley, cuyos rostros son traducidos en superficies intercambiables, vacías de interioridad y susceptibles de circulación masiva. Esta mecanización del retrato responde a una voluntad deliberada de borrar la individualidad de los sujetos retratados, lo cual revela un paralelismo entre la lógica industrial del consumo y la construcción de identidades públicas:

“In the long run, it may be these works which emerge as his best, because in the portraits, especially in those of Marilyn Monroe and Elizabeth Taylor, the artist has carried his theme of machine product to its logical, if disquieting, conclusion – people as machine products, commercial property.” (Berlin, 1967, p. 361).

Foster en el capítulo dedicado a Warhol de *The First Pop Age* (2011) teoriza que Warhol alcanza su mayor eficacia artística cuando adopta una estética marcadamente mecánica, ya que es en esa distancia emocional e impersonal donde su obra deviene más enigmática y crítica. El autor analiza como la técnica de reproducción serigráfica, la serialidad visual y la mecanización del gesto pictórico producen un efecto de extrañamiento y ambigüedad que desestabiliza las convenciones tradicionales del retrato. Warhol, según Foster, no busca transmitir una subjetividad personal, sino más bien borrarla, generando una imagen impersonal que refleja el funcionamiento simbólico del capitalismo de masas. Esta impersonalidad aparente, lejos de constituir neutralidad, se manifiesta como una estrategia estética crítica que revela el funcionamiento simbólico del régimen visual capitalista, por lo tanto, no actúa como una ausencia de sentido, sino como una crítica sofisticada del espectáculo cultural contemporáneo:

“A proposition can be extracted here, one that is historically specific to a society of spectacle but also possessed of a psychological validity that might extend beyond it. If, in the first instance, the ego is seen as a kind of image (according to psychoanalytic theory, our investment in our body images is the initial step in the formation of our egos), then the image might be understood as a kind of ego or ego prosthetic, a surface or screen where we project our identifications and idealizations.” (Foster, 2011, p. 162)

Este procedimiento, lejos de constituir una excepción, se erige en principio articulador de toda su producción. Ejemplo de ello es *Shot Marylins* (1964), donde la repetición actúa como fuerza desintegradora de la identidad del personaje. Así lo expresa Baudrillard al afirmar que:

“La lógica del consumo elimina la jerarquía sublime tradicional de la representación artística. En rigor, ya no hay privilegio de esencia o de significación del objeto sobre la imagen. Uno ya no es la verdad del otro: ambos coexisten en la superficie y en el mismo espacio lógico, donde actúan de igual a igual como signos (en su relación diferencial, reversible, combinatoria). Mientras que, antes del pop, todo arte se fundaba en una visión «en profundidad» del mundo, el pop, en cambio, pretende pertenecer al mismo género de ese orden inmanente de signos: ser homogéneo de su producción industrial y serial y, por lo tanto, del carácter artificial, fabricado, de todo el ambiente que lo rodea, homogéneo de la saturación en extensión al mismo tiempo que de la abstracción culturalizada de ese nuevo orden de cosas.” (Baudrillard, 2009, p. 135).

En este sentido, Marilyn deja de figurar como sujeto para devenir pura superficie codificada para el consumo. Como sintetiza el propio Baudrillard:

“El pop significa el fin de la perspectiva, el fin de la evocación, el fin del testimonio, el fin del creador gestual y, lo que no es menos, el fin de la subversión del mundo y de la maldición del arte. Apunta no sólo a la inmanencia del mundo «civilizado», sino además a la integración total de ese mundo.” (Baudrillard, 2009, p.136)

Así pues, la repetición no cumple aquí una función decorativa, sino estructural y semiótica.

Este vaciado progresivo del contenido, y por lo tanto del sentido, que se produce mediante la reproducción técnica, encuentra un fundamento sólido en las reflexiones de Walter Benjamin, quien advierte que “la técnica reproductiva desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición” (Benjamin, 2003, p. 5), por lo tanto, una obra de arte, al poder ser reproducida técnicamente pierde su aura, es decir, su unicidad, su autenticidad y su enraizamiento en un contexto histórico y ritual específico. Este desplazamiento conduce a profundas consecuencias, ya que lo reproducido ya no pertenece al linaje de lo irreplicable ni guarda la conexión con su tradición original, sino que circula en otros marcos como comerciales, políticos o mediáticos, donde adquiere nuevas funciones y significados (Benjamin, 2003, pp.46-48).

En el caso de Warhol, y especialmente en sus “Marilys”, la repetición serigráfica convierte una imagen culturalmente cargada en una entidad vaciada de esta conexión aurática y transformada en signo de consumo. En este marco, la obra de Warhol no solo encarna esta desvinculación, sino que la lleva al extremo, convirtiendo la imagen en signo autocontenido, desconectado de todo referente originario y sometido a una lógica de circulación masiva.

Las implicaciones y consecuencias estéticas y filosóficas de este desplazamiento resultan particularmente significativas. Al operar en el umbral entre el arte y mercancía, Warhol no solo trastoca el estatuto ontológico de la imagen, sino que subvierte la noción misma de la obra de arte, es decir, al trastocar el estatuto de la imagen Warhol rompe entre la distinción entre arte y mercancía, anticipando el régimen visual contemporáneo. Su intervención redefine conscientemente la frontera entre la alta cultura y la cultura de masas, y anticipa la configuración de un nuevo régimen visual donde el consumo de imágenes sustituye a su contemplación. En este sentido, Brajčić sostiene que “Pop Art can be considered a visual speech imposed by technologically advanced society” (Brajčić et al., 2020, p. 241), apuntando así a la dimensión estructural que vincula la práctica artística de Warhol con los dispositivos ideológicos del capitalismo tardío. Warhol, por tanto, no se limita a representar la sociedad de consumo, sino que la genera y produce visualmente.

En cuanto a las repercusiones mediáticas, la figura pública de Warhol adquiere un estatuto icónico inseparable de su producción artística. Su imagen –configurada a través de elementos como la peluca plateada, las gafas oscuras y una gestualidad marcada por la neutralidad– se inscribe en la lógica del simulacro, funcionando como extensión de sus obras. De este modo, el artista se convierte en objeto de su propia operación estética, consumiendo y siendo consumido por la misma cultura de masas que tematiza. Tal como se ha señalado desde la crítica cultural, Warhol transforma su propia figura en una extensión performativa de su obra, generando un tipo de autorepresentación que difumina los límites entre sujeto, imagen y

mercancía, sintetizando así una estrategia de autorrepresentación que problematiza las nociones tradicionales de identidad y subjetividad.

“Like Andy Warhol or Roy Lichtenstein, they package themselves, as well as their music, based on media stereotypes. They stay in advance of the media or industry packaging them because they are a product of their own packaging.” (Taylor, P., 1989, p.128).

Este proceso se institucionaliza en *The Factory*, espacio de creación colectiva que subvierte la figura del artista como genio solitario y propone, en su lugar, un modelo de producción serial y colaborativa. Allí, artistas, escritores, músicos y performers confluyen en un entorno híbrido que funciona simultáneamente como estudio, plató, sala de fiestas y laboratorio creativo. Esta desjerarquización de los roles y la integración de la vida cotidiana en la práctica artística constituyen uno de los rasgos más innovadores de la propuesta estética de Warhol. Tal y como se señala en Pop Out:

“Part of the unique appropriability of Pop-for the artist, activist, actor, and fan alike-has to do with the way that Warhol persistently confused the category of authorship. [...] Warhol was always (and famously) excited by the thought of mixing up his authorship with other voices and ideas from "outside," by the hope that audiences would be aroused by his films and paintings, that others would appropriate his gestures”. (Doyle, J., Flatley, J., Muñoz, J.E., 1996, “Introduction”, pp.15-16).

Así pues, el legado de Warhol no puede ser comprendido únicamente en términos plásticos o pictóricos. Su influencia desborda el campo del arte para incidir en las coordenadas filosóficas y mediáticas del presente. Al cuestionar conceptos como autenticidad, autoría u originalidad, Warhol anticipa muchas de las tensiones que estructuran el pensamiento posmoderno. No se limita a retratar a Marilyn Monroe; más bien, construye su icono, lo inserta en la cadena simbólica del deseo y evidencia, con ello, la maquinaria espectral que articula la cultura contemporánea.

3.2. Repetición y serialización: El rostro de Marilyn como objeto de consumo

Las obras que Andy Warhol realizó a partir de la imagen de Marilyn Monroe constituyen un conjunto representativo dentro de su producción artística, tanto por su concentración temática como por su coherencia formal. En ellas, Warhol retoma una misma fotografía de promoción de la actriz para generar múltiples versiones mediante variaciones cromáticas, escala compositiva y tratamiento visual. Este grupo de piezas permite observar el modo en que la imagen de Marilyn se inserta en una lógica de repetición y circulación ampliada, característica del marco cultural y económico en el que se inscribe el Pop Art. La siguiente relación de obras proporciona un panorama general de las principales serigrafías dedicadas a Monroe, organizadas según su año de realización y ubicación actual o conocida.

Año	Título de la obra	Ubicación actual / Colección
1962	<i>Gold Marilyn Monroe</i>	The Museum of Modern Art (MoMA), Nueva York
1962	<i>Marilyn Diptych</i>	Tate Modern, Londres
1962	<i>Marilyn's Lips</i>	No especificada (registrada en Foster, 2011, p. 160)
1962	<i>Twenty-Five Colored Marilyns</i>	The Doris and Donald Fisher Collection, SFMOMA
1962	<i>Nine Multicolored Marilyn</i> s	Colección privada
1962	<i>Marilyn (Fluorescent)</i>	The Brant Foundation, Nueva York
1962	<i>Blue Marilyn</i> (de la serie)	Moderna Museet, Estocolmo
1962	<i>Turquoise Marilyn</i>	Colección privada (subastada en Christie's, 2007)
1962	<i>Orange Marilyn</i>	Museo de Arte de Basilea
1962	<i>Green Marilyn</i>	The Whitney Museum of American Art, Nueva York
1962	<i>Red Marilyn</i>	Walker Art Center, Minneapolis
1962	<i>White Marilyn</i>	Colección privada
1964	<i>Shot Red Marilyn</i>	Colección privada
1964	<i>Shot Blue Marilyn</i>	Colección privada
1964	<i>Shot Orange Marilyn</i>	Colección privada
1964	<i>Shot Sage Blue Marilyn</i>	Christie's, vendido en 2022 por 195 millones USD

Partiendo del enfoque estético, técnico y simbólico de los apartados anteriores, la serie de representaciones que Andy Warhol elaboró de Marilyn Monroe se erige como un campo privilegiado desde el cual examinar los procesos de estandarización iconográfica, fetichización visual y despersonalización del sujeto. A partir de 1962, coincidiendo con la muerte de Marilyn, Warhol inicia una producción sistemática centrada en su imagen, la cual no sólo consolida su figura como icono cultural, sino que la instrumentaliza como superficie de inscripción para las operaciones del deseo mediático. Esta lógica no es exclusiva del caso de Monroe, ya que Warhol implementa procedimientos análogos con otras figuras mediáticas como Elizabeth Taylor, Elvis Presley o Jackie Kennedy, construyendo así un repertorio visual

en el que la identidad personal se diluye en favor de una lógica de circulación icónica. Así pues, este sistema de actuación no sólo consolidó la imagen de Marilyn como ícono pop, sino que instrumentalizó su semblante como superficie de proyección del deseo cultural y como campo de experimentación estética bajo una misma lógica visual (Usó, 2011, p.5).

La primera obra significativa en esta línea fue *Gold Marilyn Monroe* (1962) (Fig. 5), en la que el rostro de la actriz, serigrafiado en el centro de un lienzo bañado en oro, remitiendo a los iconos bizantinos y atribuyendo así la sacralidad paródica.

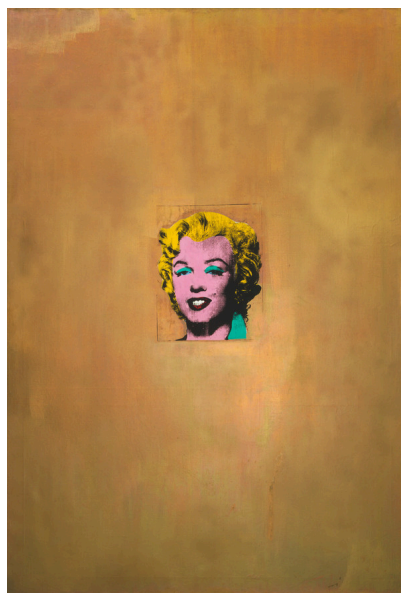


Fig. 5. Warhol, A. (1962). *Gold Marilyn Monroe*. Nueva York: MoMa

El rostro, flotando sobre un fondo monocromático el cual anula todo contexto narrativo, queda suspendido como emblema sin contexto, como signo desterritorializado, desvinculado de toda biografía. Como advierte Walter Benjamin, “la técnica reproductiva desvincula lo reproducido del ámbito de la tradición” (Benjamin, 2003, p.3), hecho que aquí se convierte en estrategia en la que el aura perdida se recodifica por un simulacro dorado. Esta superficialidad, lejos de ser un defecto estético, actúa como una herramienta crítica. Warhol acentúa deliberadamente lo artificial, despojando a Monroe de toda humanidad y profundidad simbólica.

Este gesto se intensifica en la producción de Warhol *Marilyn Diptych* (1962) (Fig. 6), una de sus piezas más paradigmáticas, donde el mismo retrato se repite cincuenta veces en dos paneles, uno en color y otro en blanco y negro. Esta seriación extrema se articula como síntoma del vaciado de significado que comporta la repetición técnica. Naomi Shor teoriza cómo “the detail in visual representation can function as a fetishistic fixation, intensifying the fragmentation of the body and reinforcing the artifice of femininity” (Schor, 1987, p. 99).



Fig. 6. Warhol, A., (1962). *Marilyn Diptych*. London: Tate

En este contexto, Warhol intensifica cromáticamente los labios y los ojos de Monroe, enfatizando su rol como puntos de atracción erótica y consumible y transformando sus facciones en detalles hipervisibles, fetichizados y emblemáticos que sintetizan su rostro. Estos elementos, al ser aislados y destacados, se desconectan del cuerpo como totalidad y adquieren un protagonismo autónomo. Los colores vivos y no miméticos empleados refuerzan esta operación al desnaturalizar la imagen, desvinculándola de cualquier pretensión realista para elevarla a una estilización de carácter caricaturesco. Por otro lado, la alternancia cromática entre ambos paneles introduce una ambigüedad entre la exuberancia visual de los medios y la lógica despersonalizadora de la producción técnica. Desde una lectura basada en Benjamin, la imagen reproducida pierde su anclaje ritual, su contexto original, y se reinserta como un signo dentro de la lógica funcional de la circulación masiva.

El ciclo *Shot Marilyn*s (1964), conformado por *Shot Red Marilyn*, *Shot Blue Marilyn*, *Shot Orange Marilyn* y *Shot Sage Blue Marilyn* (Fig. 7), constituye una radicalización de la estrategia de serialización iconográfica previamente explorada por Warhol. En cada variante, el artista retoma la misma fotografía promocional de Monroe procedente del filme *Niagara* (1953), modificando únicamente la saturación cromática y la intensidad del contraste.



Fig. 7. Warhol, A. (1962). *Shot Marilyns*.

Esta reiteración deliberada actúa como dispositivo de desgaste simbólico, anulando la singularidad del retrato y transformándolo en una secuencia indiferenciada. El episodio en el que Dorothy Podber, tras solicitar permiso para 'disparar' a las obras, extrajo una pistola real y efectuó un tiro sobre los lienzos apilados en *The Factory*, ha sido recogido como gesto performativo que condensa la lógica de agresión icónica que atraviesa toda la serie. Este acto no solo marca una anécdota biográfica, sino que cristaliza la tensión entre la violencia simbólica de la reproducción y la destrucción literal del artefacto visual. Warhol, al no reponer las obras dañadas, conserva el impacto físico como parte de la pieza, sellando así la condición vulnerable de la imagen.

La serialidad se expande con obras como *Nine Multicolored Marilyns*, *Twenty-Five Marilyns*, *Twenty-Five Colored Marilyns*, *Ten Marilyns*, *Marilyn x 100* o *Reversal Marilyn* (1979), todas producidas entre 1962 y finales de los setenta. En ellas, el rostro de la actriz se multiplica en estructuras cuadriculadas que evocan tanto el montaje cinematográfico como la estantería de un supermercado. Cada repetición desplaza la carga significativa de la imagen, sustituyendo la singularidad por una lógica diferencial, como señala Jean Baudrillard: “ya no hay privilegio de esencia o de significación del objeto sobre la imagen. Uno ya no es la verdad del otro: ambos coexisten en la superficie y en el mismo espacio lógico, donde actúan de igual a igual como signos” (Baudrillard, 2009, p. 135). La Marilyn multiplicada no es una, sino muchas, intercambiables y simultáneamente vacías. Así pues, el gesto repetitivo produce un vaciado semántico.

En cuanto la estrategia cromática en el arte de Warhol es abordar el color en una dimensión artificial, emancipándolo de toda lógica realista, es decir, el color no remite a la realidad empírica sino que se convierte en un código visual autónomo. Esto se refleja en obras como *Green Marilyn* (1962), *Orange Marilyn* (1964), *Turquoise Marilyn* (1964), *Pink Marilyn* (1964), *Marilyn Monroe (Marilyn)* (1967), *Purple Marilyn* (1967) o *Marilyn Monroe I Love Your Kiss Forever Forever* (1964), en las que los tonos ácidos, fríos o discordantes, enfatizan lo irreal, sintético y mediado. Naomi Schor apunta este proceso al afirmar que “color itself

becomes an accessory to artifice” (Schor, 1987, p. 102). Así pues, el color del rostro de Marilyn pasa a ser un código y superficie de inscripción ideológica.

Blue Marilyn (1962) (Fig. 8), producida el mismo año de la muerte de Monroe, forma parte del conjunto de serigrafías que Warhol realizó tomando como base la misma imagen promocional de la película *Niagara* (1953). En esta pieza, el rostro de la actriz aparece coloreado en tonos fríos, no miméticos que, en lugar de buscar la representación realista, acentúan su condición de superficie cromática. Tal como observa Naomi Schor, “color itself becomes an accessory to artifice” (Schor, 1987, p. 102), y es precisamente esta artificialidad cromática la que refuerza la desvinculación entre imagen y referente, desplazando el retrato hacia una lógica de código autónomo. Así, la elección del azul no responde a un criterio expresivo ni emotivo, sino a una operación conceptual de estetización serial que desactiva cualquier anclaje en la biografía o subjetividad del personaje representado. La mirada ausente, los labios recortados, la piel irrealmente fría: todo en *Blue Marilyn* participa de una gramática visual que privilegia la repetición sobre la expresión, y el artificio sobre la interioridad.



Fig. 8. Warhol, A., 1962., *Blue Marilyn*

Este proceso se inscribe en lo que Jean Baudrillard analiza como la lógica de la cultura de consumo: un sistema en el que “los signos nada tienen que ver con ningún tipo de realidad ni con ningún tipo de necesidad social o biológica. Son simulacros creados precisamente para enmascarar la ausencia de ella” (Baudrillard, 2009, p. 146). En esta obra, la imagen de Marilyn no es tanto representación de una persona como manifestación de un simulacro: una interfaz serial pensada para su circulación como icono pop, sin profundidad ni temporalidad.

Al borrar toda huella del gesto artístico manual mediante la serigrafía, Warhol neutraliza la noción tradicional de autoría y desplaza la obra hacia el campo de la producción técnica. Este proceso se inscribe en lo que Hal Foster describe como la función paradójica de la repetición en Warhol: “repetition in Warhol often serves to screen the real understood as traumatic—an effect that is sometimes produced by other devices too, such as his blurring of the image, his washing it with color, or his doubling it with an empty canvas” (Foster, 2011, p. 113). Así, Blue Marilyn no es tanto representación de una persona como manifestación de un simulacro: una interfaz serial pensada para su circulación como icono pop, sin profundidad ni temporalidad. Al borrar toda huella del gesto artístico manual mediante la serigrafía, Warhol neutraliza la noción tradicional de autoría y desplaza la obra hacia el campo de la producción técnica.

En *Four Marilyns* (1962), Warhol presenta cuatro retratos idénticos sin variación cromática. La neutralización del color refuerza la mecanización del gesto pictórico, mientras la repetición despoja a la imagen de todo espesor narrativo. Este vacío programado se corresponde con lo que Arthur Danto define como la conversión del lugar común en arte mediante su transfiguración conceptual. Para Danto, “Warhol convierte lo vulgar y ordinario en un objeto de reflexión estética mediante su descontextualización y repetición” (Danto, 2011, p. 88).

Esta operación estética está íntimamente relacionada con lo que Baudrillard desarrolla en el capítulo “El objeto de consumo más bello: el cuerpo” de *La société de consommation*. Allí sostiene que “el cuerpo se convierte en el objeto significativo por excelencia, el ‘producto’ por excelencia – es, en cierto modo, el objeto absoluto” (Baudrillard, 2009, p. 204). En las Marilyns de Warhol, esta intuición se materializa plásticamente: el cuerpo no está presente como totalidad, sino como fragmento significativo, estetizado, dispuesto para el consumo. La artificialidad del conjunto es, además, intensificada por la textura plana de la serigrafía. La técnica no solo permite la repetición infinita, sino que suprime toda huella del gesto manual, borrando la figura del artista como sujeto expresivo.

Warhol convierte su estudio —The Factory— en espacio de producción serial, institucionalizando una lógica de manufactura cultural que responde a la racionalidad técnica del capitalismo. En este sentido, como expone Javier Rubas Fabelo: “La figura de Warhol representa la construcción crítica de un sujeto artístico cuya labor es la de detectar los códigos visuales y semánticos de la sociedad de consumo para luego replicarlos irónicamente” (Fabelo, s.f., p. 3). Desde esta perspectiva, puede entenderse que la estética de Warhol no se limita a ilustrar una ideología visual: la reproduce. Su serie sobre Marilyn no representa una mujer real, sino que la fabrica, la multiplica, la estetiza. El sujeto se convierte en objeto; el rostro, en patrón. La operación semiótica no es decorativa, sino estructural. Warhol no retrata a Monroe: diseña su mito visual. Como apunta Benjamin, “lo que se atrofia en la era de la reproductibilidad técnica es el aura de la obra de arte” (Benjamin, 2003, p. 3), y en el caso de Marilyn, esta atrofia no es una pérdida: es una estrategia.

Desde esta perspectiva, cada obra sobre Marilyn puede entenderse como una modulación de un mismo signo visual. Warhol convierte a Monroe en un emblema de la estetización

capitalista, donde el sujeto se disuelve en la lógica de la serie. En palabras de Hal Foster, “in Warhol, that modernity overwhelms painting, and the tableau tradition dedicated to the autonomous subject lies in ruins” (Foster, 2011, p. 171). De este modo, las Marilyns de Warhol no representan a la mujer real, sino la operación cultural que la convierte en mercancía visual, situando la imagen en un nuevo régimen visual regido por la circulación masiva. Este conjunto de obras prepara el terreno para el análisis más amplio que se abordará en el siguiente apartado: la transformación definitiva de Marilyn Monroe en objeto-signo dentro de la lógica de consumo cultural, donde su rostro ya no significa, sino que circula.

La transición de Marilyn de persona a actriz, de actriz a ícono, de rostro a signo, de presencia a repetición, encuentra en la obra de Warhol su vehículo más potente. Así se cierra una lógica que será plenamente desarrollada en el siguiente apartado, con la inserción definitiva de la imagen de Marilyn en la cadena semiótica del consumo visual.

Una de las obras más significativas dentro de este conjunto es *Marilyn's Lips* (1962), en la que Warhol aísla y multiplica exclusivamente los labios de la actriz, suprimiendo cualquier otra referencia facial o corporal (Fig. 9). La composición se organiza en una cuadrícula de estructura modular que se extiende por ambos paneles, uno en tonos claros y el otro dominado por una saturación rosada. La imagen serigráfica de los labios se repite decenas de veces sin variación aparente en el dibujo, aunque sí con ligeras alteraciones cromáticas y de registro, fruto del proceso técnico empleado.



Fig. 9. Warhol, A., 1962., *Marilyn's Lips*. Nueva York: Artist Rights Society

Esta reducción fragmentaria de la figura de Monroe enfatiza el carácter autónomo del signo visual: al separar una parte del rostro y reproducirla de forma sistemática, Warhol neutraliza su carga expresiva e individualizadora. Lo que aquí se presenta ya no es una boca determinada, sino un motivo visual abstracto, susceptible de ser serializado, reproducido y distribuido. En este sentido, *Marilyn's Lips* radicaliza la operación de vaciamiento simbólico y estandarización representacional que atraviesa toda la serie.

Formalmente, la disposición regular y la repetición mecánica remiten a un orden industrial, alejado de cualquier noción de expresión subjetiva. Esta estrategia refuerza lo señalado por Hal Foster cuando observa que, en Warhol, la modernidad “overwhelms painting” y destruye la tradición pictórica centrada en el sujeto autónomo (Foster, 2011, p. 171). Aquí no hay lugar para la interioridad, sino para la proliferación visual de un fragmento corporal ya descontextualizado. La imagen no representa; circula.

La obra, por tanto, no se dirige a la construcción de un retrato, sino a la articulación de una operación representacional donde el rostro se convierte en objeto formal, y el fragmento, en signo autosuficiente. Este procedimiento anticipa la conversión definitiva del cuerpo de Marilyn en mercancía visual, orientada a su integración total en la lógica de consumo de imágenes. *Marilyn's Lips* no reproduce a la actriz, sino que visualiza el proceso por el cual su presencia es disuelta en la repetición de sus propios rasgos, haciendo visible la transición del cuerpo a la superficie, del rostro al patrón, del significado a la pura circulación.

En continuidad con *Marilyn's Lips*, la obra *Nine Multicolored Marilyns* (1962) (Fig. 10), amplifica la operación de fragmentación y repetición, ya no desde el detalle anatómico, sino mediante la reiteración completa del rostro. Warhol vuelve a emplear la imagen promocional de *Niagara* (1953), que ya funcionaba como fuente en otras serigrafías del mismo año, y la organiza en una matriz de tres filas por tres columnas sobre un fondo negro. A diferencia de obras anteriores, aquí los rostros están invertidos cromáticamente: los tonos intensos se combinan con sombras profundas, produciendo un efecto de inversión visual que acentúa el carácter no referencial de la imagen. Los colores —azules, verdes, naranjas, rojos— no remiten a una representación realista, sino que refuerzan su cualidad de objeto visual autónomo.



Fig. 10. Warhol, A., 1962., *Nine Multicolored Marilyns*.

La lógica serial se mantiene como principio estructurador. Como ya ocurría en el resto de obras, la repetición no busca afirmar una identidad, sino disolverla en la multiplicación indiferenciada de signos. El uso deliberado de la técnica mecánica, combinado con el tratamiento indiferente de los detalles, suprime cualquier vínculo con la individualidad del sujeto el consumo no responde ya a la necesidad, sino al funcionamiento diferencial del signo en tanto estructura social autónoma (Baudrillard, 2009, p. 114). En este contexto, Monroe no es reproducida como sujeto, sino reinscrita como imagen-signo, plenamente funcional dentro del sistema visual que la ha generado.

Nine Multicolored Marylins opera entonces como una visualización del proceso mediante el cual el rostro de la actriz es integrado en el régimen del simulacro. La repetición, lejos de ser neutral, actúa como mecanismo de desactivación simbólica. La imagen deja de representar para circular: se vuelve disponible, intercambiable, y pierde toda relación con una experiencia vivida. Esta lógica, se desarrolla aquí plenamente, articulando el paso de la fragmentación formal a la saturación icónica. En ambos casos, Warhol no representa a Monroe, sino que expone el sistema de su representación, en un contexto donde —como advierte Baudrillard— “los objetos, imágenes y mensajes ya no se intercambian en virtud de su valor, sino según su código” (Baudrillard, 2009, p. 114).

Así, el conjunto de obras que Warhol dedica a Marilyn Monroe permite observar con nitidez el modo en que una figura mediática se transforma en patrón visual, en módulo repetible dentro de una lógica de circulación intensiva. La fragmentación del cuerpo, la mecanización de la imagen, la neutralización del color y la reiteración serial son estrategias que desactivan cualquier vínculo entre la representación y la identidad individual, desplazando la figura de Monroe hacia el estatuto de signo autorreferencial. La Marilyn de Warhol no representa a una mujer concreta, sino que encarna un régimen visual en el que la identidad se disuelve en la estética de la repetición. Esta operación, que ya no tiene como fin la representación sino la circulación, prepara el terreno para la mutación definitiva de la imagen en mercancía: objeto-signo despojado de biografía, plenamente funcional en la economía simbólica del consumo.

3.3. Marilyn Como Mercancía Visual en la Obra de Warhol

El tratamiento de la imagen de Marilyn Monroe en la obra de Andy Warhol no solo implica una estetización de la figura mediática, sino que comporta una inserción activa a la lógica del consumo. El rostro de la actriz, reproducido de manera seriada y cromática, en tanto figura ya desreferencializada, deja de operar como retrato individual para devenir mercancía visual, intercambiable y destinada a la circulación. Esta operación, lejos de ser neutra, participa de un régimen semiótico propio del capitalismo avanzado, en el que las imágenes ya no remiten a un referente, sino que se autovalidan como signos autónomos.

Baudrillard, en su análisis del sistema de objetos advierte que “el consumo es un sistema de signos donde el objeto se convierte en significante de una diferencia” (Baudrillard, 2009, p.197). En este sentido, la Marilyn de Warhol no remite a una biografía concreta, ni siquiera a una actriz específica, sino a un diferencial visual cargado de valor simbólico: el estereotipo de la feminidad deseable, consumible y reproducible. La serialización sistemática del retrato –en series como *Marilyn Diptych* (1962) o *Marilyn x 100*– manifiesta esta mutación, al desvincular la imagen de cualquier carga narrativa, sustituyéndola por una lógica de variación superficial. El rostro, replicado, deviene signo, y como tal, objeto de consumo.

Zygmunt Bauman analiza el fenómeno del consumo como proceso que redefine los vínculos humanos y la construcción de la identidad en la modernidad líquida, advirtiendo que en la cultura consumista “los vínculos y las asociaciones entre las personas cobran la forma de un esquema de compraventa, y se viven como tal” (Bauman, 2012, p.85). Esto implica que las relaciones humanas están marcadas por la lógica de intercambio y deshabilidad. Esta lógica, también afecta a la identidad, cuya fragilidad es presentada como sinónimo de libertad. Bauman sostiene que en la cultura del consumo se promueve una visión de las identidades individuales y los lazos sociales como elementos efímeros (Bauman, 2012, pp. 88-89). Desde esta perspectiva, la imagen de Monroe en la obra de Warhol puede entenderse como una identidad visual moldeada por el mercado, fragmentada, efímera y destinada al consumo. Su conversión de sujeto a mercancía se materializa tanto en la técnica como en la forma. La serigrafía, como procedimiento industrial, anula de huella del autor y favorece la serialización del rostro, mientras que los colores no miméticos suspenden cualquier intención representativa, remitiendo a un lenguaje visual que estetiza lo irreal y convierte el cuerpo en una superficie disponible.

Esta lógica también afecta a la identidad, cuya fragilidad es presentada como sinónimo de libertad. Como señala el propio Bauman:

“Podemos agregar que la cultura contemporánea nos presenta esta fragilidad y aparente prescindibilidad de las identidades individuales y los lazos interhumanos como la esencia misma de la libertad individual. La opción que esa libertad no reconoce, ni garantiza, ni permite, es la determinación (de hecho, la capacidad) de aferrarse a la identidad ya construida, vale decir, a las acciones que presuponen e implican necesariamente la preservación de la red social en la que esa identidad pueda basarse y reproducirse.” (Bauman, 2007, p.88)

Desde esta perspectiva, la imagen de Monroe en la obra de Warhol puede entenderse como una identidad visual moldeada por el mercado, fragmentada, efímera y destinada al consumo. Su conversión de sujeto a mercancía se materializa tanto en la técnica como en la forma. La serigrafía, como procedimiento industrial, anula la huella del autor y favorece la serialización del rostro, mientras que los colores no miméticos suspenden cualquier intención representativa, remitiendo a un lenguaje visual que estetiza lo irreal y convierte el cuerpo en una superficie disponible.

En este marco, Warhol no se limita a retratar a Monroe, sino que la produce visualmente. Como sostiene Hal Foster (2011), Warhol fue más efectivo cuando era más mecánico: “[Warhol] legitimized the mechanical. He showed me how it is done” (p.179), y es justamente en esa impersonalidad técnica donde se sitúa el potencial crítico de su obra. Las Marilyns no evocan a una mujer real, sino que configuran una matriz icónica vaciada de biografía, cuya función ya no es representar sino circular (Foster, 2011, p.110). Esta frialdad calculada, que recorre toda la serie de Marilyns, convierte a la imagen en un artefacto semiótico al servicio de la lógica publicitaria. La artificialidad en la obra de Warhol, lejos de ser una limitación, se convierte en la clave de lectura de su figura: Monroe no es un cuerpo, es un color, una máscara, un signo serial.

Baudrillard desarrolla esta idea con mayor radicalidad en el capítulo titulado “El objeto de consumo más bello: el cuerpo”, donde afirma que:

“el cuerpo, convertido en objeto de solicitud más bello, monopoliza a su favor toda la afectividad llamada normal (respecto de otras personas reales), sin que ello implique adquirir valor propio, puesto que, en ese proceso de desvío afectivo y según la misma lógica fetichista, cualquier otro objeto puede cumplir ese papel.” (Baudrillard, 2009, p. 158).

La imagen de Marilyn reproducida por Warhol, en su versión más icónica, en infinitas variantes, encarna de forma paradigmática este proceso de sustitución. No se trata ya de representar un cuerpo, sino de producir una imagen que lo sustituya, que lo absorba completamente. En esta lógica, la corporalidad deviene superficie maleable y sujeta a consumo, como advierte Baudrillard al señalar que “el cuerpo es sólo el más bello de esos objetos poseídos, manipulados y consumidos psíquicamente” (Baudrillard, 2009, p. 158). Warhol no representa el deseo, sino su circulación en forma de mercancía. La repetición actúa así como principio despersonalizador, donde la subjetividad queda reducida a un efecto óptico y el cuerpo se inserta en una lógica de espectáculo.

Desde esta perspectiva, la obra de Warhol puede entenderse como un ensayo visual sobre la disolución de la identidad en la economía simbólica del capitalismo tardío. Marilyn deja de ser ella para ser otra: una superficie brillante, repetida, vacía de historia. Lo que se consume no es la actriz, sino su estampa. La Marilyn multiplicada no remite a una esencia, sino a una estrategia.

El análisis de esta transformación no puede desligarse de la condición técnica de la obra. Walter Benjamin ya advertía que lo que se atrofia en la era de la reproductibilidad técnica es el aura de la obra de arte (Benjamin, 2003, p. 106-109). En el caso de Monroe, esta atrofia no es solo efecto de la técnica, sino una estrategia de vaciamiento simbólico. Al reproducir la imagen hasta la saturación, Warhol borra todo rastro de interioridad, sustituyéndola por una identidad visual prefabricada. Así, Marilyn no es más que una máscara reiterada, lista para ser consumida.

De este modo, el trabajo de Warhol no se limita a ilustrar la lógica del consumo, sino que la performa. Sus Marilyn no son retratos: son mercancías. No evocan a una mujer: fabrican un arquetipo. No narran una historia: inscriben un deseo. La transformación de la actriz en signo se consuma aquí como el último paso en su conversión en producto visual, una conversión que abre el camino a nuevas problemáticas.

4. Marilyn Monroe: Género, Performatividad y Fetichización

La imagen de Marilyn Monroe no es sólo una de las más reproducidas, sino también una de las más densas simbólicamente. Su cuerpo, sus gestos y su voz devinieron signos de una feminidad codificada, repetida y espectacularizada. La figura de Marilyn Monroe constituye un nodo simbólico privilegiado desde el cual explorar los dispositivos culturales que articulan la feminidad como construcción visual, histórica e ideológica. La feminidad que encarna Marilyn no remite a una esencia ontológica, sino a una configuración estéticamente codificada y culturalmente producida.

La comprensión de la feminidad como categoría cultural y visual exige, en primer lugar, una problematización crítica de su definición. Desde una perspectiva teórica, autores y autoras como Simone de Beauvoir, Judith Butler o Naomi Schor han señalado que la feminidad no constituye una esencia natural, sino una construcción social e histórica que se articula a través de normas, convenciones y expectativas simbólicas.

Desde la teoría del género, Judith Butler (1990) *El género en disputa* planteó que el género no constituye una identidad estable, sino que es el efecto de una reiteración normativa de actos, signos y gestos. Es decir, no se nace mujer —como ya señaló de Beauvoir—, sino que se actúa “como” mujer mediante la reiteración de signos, gestos y normas. El cuerpo femenino no es, pues, una esencia, sino una coreografía aprendida y naturalizada. En el caso de Marilyn, esta performatividad es llevada al extremo: su voz susurrante, su forma de caminar, su risa ladeada, son fruto de un aprendizaje estético destinado a reproducir la imagen ideal de la mujer deseable. Como ella misma confesó: “I used to go to the movies and look at the girls I thought were pretty or glamorous or interesting and I’d try to be like them” (Monroe & Hecht, 2007, p. 32). Esta cita cristaliza el carácter imitativo del género, donde la feminidad se convierte en una actuación sostenida. Tal como sostiene Judith Butler, “El género no debe considerarse una identidad estable o un sitio donde se funde la capacidad de acción y de donde surjan distintos actos, sino más bien como una identidad débilmente formada en el tiempo, instaurada en un espacio exterior mediante una reiteración estilizada de actos” (Butler, 2007, p. 273).

En este sentido, la identidad de género aparece como una construcción ficcional naturalizada por el contexto social:

“La apariencia de sustancia es exactamente eso, una identidad construida, una realización performativa en la que el público social mundano, incluidos los mismos actores, llega a creer y a actuar en la modalidad de la creencia” (Butler, 2007, p. 274).

La identidad femenina que encarna Marilyn no remite, por tanto, a una interioridad auténtica, sino que emerge como una performance visualmente reconocible, reiterada hasta adquirir la apariencia de una esencia. Esta apariencia no es más que el efecto de una ilusión materializada mediante signos repetidos y naturalizados, como afirma la autora: “la identidad de género sería entonces una fantasía que se instituye y se materializa mediante ciertos actos, una ilusión reiterada que produce efectos de verdad” (Butler, 2007, p. 202). En el caso de Marilyn, esa ilusión toma la forma de una corporalidad estética cuidadosamente moldeada: su piel, su cabello, su sonrisa y su movimiento responden a una lógica de visibilidad reglada. El cuerpo femenino no es aquí un soporte neutro, sino el efecto de un discurso productivo que lo modela según cánones culturales. Butler lo formula con claridad: “el cuerpo no es una ‘superficie pasiva’ inscrita por un sistema cultural de signos, sino el efecto material de ese poder productivo, un conjunto de límites y superficies significantes que son continuamente constituidos y reconstruidos” (Butler, 2007, p. 274). En este sentido, Marilyn no actúa simplemente “como” una mujer; su cuerpo es una construcción visual de la feminidad normativizada, reproducida y perfeccionada por el star-system y los dispositivos del espectáculo.

En el marco teórico del análisis cinematográfico feminista, Laura Mulvey articula una de las críticas más influyentes al régimen escópico del cine clásico hollywoodiense, al señalar que la organización visual y narrativa del mismo responde a una división sexual del placer que estructura de manera asimétrica las posiciones de sujeto y objeto. Así, en un mundo simbólicamente ordenado por el desequilibrio sexual, el placer visual se distribuye entre lo activo, masculino, portador de la mirada, y lo pasivo, femenino, reducido a imagen y dispuesto para la contemplación. Esta dinámica escópica, que constituye el eje estructural del cine narrativo hegemónico, fija a la mujer en una posición de pura visibilidad, negándole agencia narrativa y subsumiéndola bajo el peso del deseo masculino. Como señala la autora, “la mirada determinante del varón proyecta su fantasía sobre la figura femenina, a la que taha a su medida y conveniencia. En su tradicional papel de objeto de exhibición, las mujeres son contempladas y mostradas simultáneamente con una apariencia codificada para producir un impacto visual y erótico tan fuerte, que puede decirse de ellas que connotan ‘para-ser-miradabilidad’ [to-be-looked-at-ness]” (Mulvey, 1975, p. 372). En este esquema, el cuerpo femenino deviene fetiche visual: fragmentado, estetizado, aislado del devenir narrativo, pero intensamente eficaz como superficie de placer para el espectador masculino.

Marilyn Monroe se inscribe de manera paradigmática dentro de este dispositivo de representación. Lejos de ofrecer un cuerpo textual con agencia o voluntad narrativa, su figura opera como catalizador escópico dentro y fuera de la diégesis filmica, respondiendo con precisión a las lógicas de fetichización que Mulvey identifica. En títulos como *Los caballeros las prefieren rubias* (1953) o *La tentación vive arriba* (1955), la presencia de Monroe se construye visualmente a partir de una serie de planos cuidadosamente seleccionados

—primeros planos de labios, caderas, piernas, escotes— que interrumpen la continuidad narrativa para abrir espacios de espectáculo autónomo. El relato se suspende, la progresión dramática se congela, y el cuerpo femenino aparece como exceso de sentido, como puro objeto de deseo organizado para ser contemplado. Este tipo de encuadre remite directamente al modo escopofílico-fetichista descrito por Mulvey, en el cual la mujer deja de ser sujeto para devenir proyección del deseo ajeno, compensación visual de una diferencia que debe ser neutralizada a través de su estetización.

A ello se suma la presencia de la mirada masculina, tanto intradieética como extradieética, como garante de esta organización visual. En *Río sin retorno* (1954), la primera aparición de Monroe cumple de forma literal el esquema que Mulvey denomina “una tierra de nadie, fuera del espacio y del tiempo filmico” (Mulvey, 1975, p. 373): la actriz irrumpe en escena cantando, vestida con un traje ceñido y brillante, siendo mirada por los personajes masculinos que ocupan la ficción y, simultáneamente, por el espectador que consume la escena como espectáculo. En este caso, su aparición carece de funcionalidad narrativa o motivación dramática; su sentido reside exclusivamente en su eficacia visual como objeto de deseo.

Desde esta perspectiva, resulta evidente que Marilyn Monroe no solo fue representada como imagen pasiva, sino que su imagen misma fue construida para operar como interfaz de la mirada masculina, condensando en su figura los mandatos visuales, eróticos y simbólicos del sistema patriarcal. La cámara, como aparato técnico e ideológico, no se limita a captarla, sino que la produce como mujer —como “la mujer” en sentido genérico— a través de una sucesión codificada de gestos, poses y fragmentaciones. La feminidad que proyecta, en este sentido, no remite a una esencia, sino a una puesta en escena visual que responde a las lógicas de fetichización, espectáculo y subordinación que estructuran la representación de lo femenino en el cine clásico.

En definitiva, la figura de Monroe —leída desde los postulados de Mulvey— encarna con precisión quirúrgica los mecanismos mediante los cuales el cine clásico transforma a la mujer en un objeto visual subordinado al deseo masculino. Su cuerpo, estetizado y recodificado en términos escópicos, se convierte no solo en un producto del sistema visual patriarcal, sino también en el símbolo más eficaz de su funcionamiento: una mujer que solo existe en tanto es mirada, que solo tiene presencia cuando encarna el ideal erótico para otro, y que desaparece como sujeto en el mismo momento en que se convierte en imagen, sin otro fin que garantizar el dominio simbólico del espectador masculino.

En este régimen visual de representación patriarcal, la mujer no es definida por lo que es, sino por cómo es percibida. Tal como señala Berger: “A man’s presence is dependent upon the promise of power which he embodies [...] A woman’s presence expresses her own attitude to herself, and defines what can and cannot be done to her” (Berger, 1972, p. 45). La identidad masculina se articula a partir de la acción, la agencia y la proyección exterior; la femenina, en cambio, queda circunscrita al ámbito de lo visible, sometida a un régimen de presencia escópica que define su lugar en el mundo en función del modo en que es mirada. Esta escisión no es simbólica únicamente, sino estructural: la mujer no se experimenta a sí misma directamente, sino a través del reflejo de cómo cree que es percibida por los demás.

En este sentido, la frase “She is not naked as she is. She is naked as the spectator sees her” (Berger, 1972, p. 54) resulta particularmente reveladora si se analiza en relación con la figura de Marilyn Monroe, cuyo cuerpo —más que su persona— fue sistemáticamente despojado de interioridad para ser producido como un objeto de visibilidad erótica. Marilyn no es desnuda en tanto sujeto que decide mostrarse, sino en tanto imagen codificada que ha sido construida para satisfacer las expectativas del espectador masculino. Como indica Berger, la desnudez no es aquí una condición ontológica, sino una construcción visual sometida a convenciones culturales que determinan qué tipo de cuerpo puede ser expuesto y cómo debe ser mirado.

Marilyn, en tanto imagen, no es tanto un cuerpo ofrecido como un cuerpo poseído por la mirada. La repetición de su figura —en poses similares, vestida de blanco, maquillada, expuesta desde ángulos casi idénticos— produce una sensación de familiaridad que, lejos de humanizarla, la convierte en objeto circulante. Berger insiste: “The way the painter has painted her includes her will and her intentions in the very structure of the image, in the very expression of her body and her face” (Berger, 1972, p. 57). En el caso de Marilyn, esta voluntad queda borrada; la estructura misma de su imagen ha sido fabricada desde el exterior, como si fuese una figura pintada por otros, para otros.

No es casual, entonces, que la representación de Monroe haya sido diseñada para anticipar la mirada ajena. Su imagen no responde a su propia percepción de sí, sino a lo que el imaginario masculino desea encontrar. Como afirma Berger, “to be naked is to be without disguise. To be on display is to have the surface of one’s own skin turned into a disguise” (Berger, 1972, p. 54). En la superficie de Marilyn no encontramos autenticidad, sino una construcción cuidadosamente calculada: la rubia ingenua, sensual pero infantil, disponible pero no amenazante. Su desnudez —ya sea literal o simbólica— no remite a la intimidad, sino al espectáculo.

Así, el cuerpo de Marilyn opera dentro del mismo régimen visual que las mujeres retratadas en la pintura europea tradicional, de las que Berger señala: “They are there to feed an appetite, not to have any of their own” (Berger, 1972, p. 55). En la lógica del cine clásico y de la cultura popular que Monroe encarna, la mujer no desea: es deseada. La construcción de su imagen como icono erótico pasa, por tanto, por una neutralización de su deseo, por una regulación de su cuerpo en función del goce ajeno. En este contexto, la mirada se convierte en dispositivo de poder, y el cuerpo femenino, en superficie de inscripción ideológica.

Este modelo visual no se limita a la pintura o al cine, sino que permea toda la cultura visual contemporánea. Marilyn Monroe, en tanto figura pública, fue absorbida por esta lógica: fotografiada, reproducida, comentada, convertida en fetiche y mercancía. Su cuerpo —como el de las mujeres de las pinturas que analiza Berger— no pertenece al relato de su vida, sino al relato que otros han escrito sobre su apariencia. La desposesión simbólica que sufre no es solo estética, sino existencial.

Por tanto, la lectura de Berger permite profundizar en la idea de que Marilyn no es sólo una víctima de la mirada masculina, sino también una construcción producida específicamente para ser consumida por esa mirada. Su figura, repetida hasta el agotamiento, constituye el

ejemplo más eficaz del funcionamiento de una cultura visual patriarcal que transforma la identidad femenina en un reflejo, en una superficie, en una imagen diseñada para ser vista y jamás escuchada.

Baudrillard desarrolla esta idea con mayor radicalidad en el capítulo titulado “El objeto de consumo más bello: el cuerpo”, donde afirma que “el cuerpo, convertido en objeto de solicitud más bello, monopoliza a su favor toda la afectividad llamada normal (respecto de otras personas reales), sin que ello implique adquirir valor propio, puesto que, en ese proceso de desvío afectivo y según la misma lógica fetichista, cualquier otro objeto puede cumplir ese papel.” (Baudrillard, 2009, p. 158). En esta formulación se condensa una crítica de enorme potencia: el cuerpo, lejos de ser una entidad plena de sentido en sí misma, deviene en la sociedad de consumo un soporte privilegiado para la inversión simbólica y libidinal, pero lo hace en términos puramente instrumentales. Es decir, el cuerpo femenino —y especialmente el de Marilyn Monroe— se convierte no en un fin en sí mismo, sino en un vehículo para la circulación del deseo y el afecto, sin que ese proceso le otorgue agencia, subjetividad ni valor intrínseco.

La belleza, en este marco, no es una cualidad ontológica, sino una función simbólica: lo bello es aquello que permite organizar, canalizar y fetichizar el deseo dentro de una lógica estructural de intercambio. En el caso de Marilyn, esta lógica se hace visible tanto en la construcción meticulosa de su imagen pública como en su reapropiación iconográfica posterior. Su cuerpo, cuidadosamente trabajado desde los estudios de Hollywood, se convierte en objeto de solicitud estética, sexual y emocional, pero nunca en sujeto de experiencia. La afectividad proyectada sobre Marilyn —el deseo, la fascinación, la devoción o incluso la compasión— no le confieren valor como persona, sino que la vacían de interioridad para volverla superficie de proyección colectiva.

Baudrillard subraya que este proceso de estetización y fetichización del cuerpo no se limita a la esfera de lo íntimo o lo erótico, sino que forma parte estructural del régimen de signos de la sociedad de consumo. El cuerpo se vuelve signo entre signos, intercambiable, sustituible y replicable. Monroe, en tanto cuerpo convertido en “el objeto de consumo más bello”, ilustra este desplazamiento de lo vivo hacia lo codificado. No se desea a Marilyn como persona, sino como condensación de signos: la rubia, la sensual, la inocente, la disponible, la deseable. Esta semiotización del cuerpo, lejos de otorgarle valor, lo vuelve prescindible: cualquier otro cuerpo —cualquier otra imagen— puede ocupar su lugar dentro de la misma lógica estructural, tal como advierte Baudrillard.

Este mecanismo de sustitución —que opera según la misma lógica fetichista— tiene consecuencias devastadoras para la subjetividad. Marilyn no es insustituible: es replicable (Baudrillard, 2009, p. 158). Warhol lo demuestra de forma brutal al multiplicar su rostro en serigrafías idénticas, donde el gesto no cambia, la mirada no varía y la persona desaparece. El cuerpo, estetizado hasta la saciedad, pierde su espesor vital. Deviene emblema, mercancía, dispositivo visual. En este proceso, lo afectivo no desaparece, pero queda completamente reconfigurado: el amor, la admiración o el culto ya no se dirigen a una persona, sino a su iconografía.

En este sentido, la tragedia de Monroe no es sólo biográfica o emocional, sino estructural: su cuerpo fue transformado en signo funcional de la belleza y el deseo sin que ello le garantizara agencia alguna. Como señala Baudrillard,

“el cuerpo ‘erotizado’ [...] es soporte de los signos intercambiados del deseo” y no lugar del deseo como experiencia subjetiva; por tanto, “predomina [en él] la función social de intercambio” (Baudrillard, 2009, p. 161).

Este proceso de abstracción e instrumentalización del cuerpo como superficie codificada por el deseo ajeno permite comprender la desposesión subjetiva que Monroe manifestó en numerosas ocasiones. En uno de los pasajes de su autobiografía, la actriz afirma:

“Sometimes I know the truth of what I’m doing. It isn’t Marilyn Monroe in the tub but Norma Jean. I’m giving Norma Jean a treat. She used to have to bathe in water used by six or eight other people” (Monroe & Hecht, 2007, p. 148).

Esta confesión revela con crudeza el desdoblamiento identitario que la atraviesa: no se trata ya de interpretar un papel, sino de habitar un cuerpo fracturado entre la visibilidad pública de Marilyn y la intimidad precaria de Norma Jean. La performance no es sólo profesional, sino existencial; el cuerpo no es sólo imagen, sino campo de disputa simbólica entre el deseo ajeno y el reconocimiento de sí.

Así, el análisis de Baudrillard no solo permite entender la posición de Marilyn Monroe dentro de la cultura visual del siglo XX, sino que ofrece una clave estructural para pensar el modo en que los cuerpos femeninos —cuando son estetizados, publicitados y mercantilizados— se vacían de agencia y se convierten en soportes simbólicos del deseo patriarcal. Marilyn no es un exceso, sino una función; no es un ser, sino un significante. Su tragedia no fue ser mirada, sino no poder nunca ser vista como sujeto.

Esta lógica encuentra su culminación en la mercantilización del cuerpo femenino, un fenómeno que Warhol plasma con extrema eficacia en su producción seriada. La coincidencia entre el fallecimiento de Marilyn Monroe en agosto de 1962 y la creación de obras como *Gold Marilyn Monroe* y *Marilyn Diptych* ese mismo año no puede leerse como un hecho casual ni desprovisto de carga simbólica. Este acto de reproducción post-mortem inscribe una lógica patriarcal que perpetúa la apropiación del cuerpo femenino incluso después de la muerte, negando toda posibilidad de agencia o cierre biográfico. El cuerpo de Marilyn, ya sin vida, es convertido por Warhol en un objeto perpetuo de contemplación, estetizado hasta la saturación. Tal como señala Walter Benjamin, la reproductibilidad técnica de la imagen disuelve su unicidad aurática, transformándola en objeto intercambiable y desvinculado de su contexto ritual (Benjamin, 2003, p. 19). En este contexto, Monroe deviene el epítome de una imagen sin origen ni destino, repetida hasta el agotamiento visual, y distribuida en formatos masivos: desde revistas y pantallas hasta camisetas y pósters. La repetición, en este sentido, es clave. Butler afirma que “la performatividad del género implica la repetición ritualizada de normas que nunca llegan a consolidarse plenamente” (Butler, 2007, p. 141). La Marilyn de Warhol, multiplicada en serie, expone esa repetición: cada rostro es igual y distinto, cada

gesto es copia de otro. El arte pop no sólo immortaliza a Marilyn; la descompone, la convierte en icono vacío, en puro simulacro. Warhol no sólo reproduce esta lógica, sino que la estetiza, haciendo de la multiplicación serial un gesto tan ambiguo como inquietante. En palabras de Baudrillard, “el cuerpo de la modelo ya no es objeto de deseo, sino que es objeto funcional, foro de signos en el que la moda y lo erótico se mezclan” (Baudrillard, 2009, p. 162). La imagen de Marilyn coloreada, duplicada, fragmentada y fijada como icono perpetuo, ya no remite a una persona concreta, sino a un artefacto visual concebido para el deseo, la mirada y la circulación ilimitada.

Esta cadena de transformaciones sitúa a la mujer en el plano de lo intercambiable. Ya no hay sujeto, sino envoltorio. La Marilyn que sobrevive es un “cuerpo sin órgano” deleuziano, una interfaz de deseo, un espejo que no devuelve ningún rostro.

Monroe se convirtió menos en un sujeto representado que en un significante de alcance colectivo. En ese desplazamiento simbólico, la actriz devino superficie sobre la que se proyectaron los miedos, deseos, y fantasías culturales del momento. La feminidad que encarnaba no era individual, sino alegórica. Monroe era siempre algo más que ella misma: una máscara cultural, una ficción mediática, un espejo invertido de lo que cada época necesitaba encontrar.

En ese sentido, escribir o representar a Marilyn siempre comporta un sesgo proyectivo. No vemos a Marilyn, sino aquello que necesitamos que sea: mito trágico, icono feminizado, víctima, diosa, o mujer fatal. Tal como resume la autora, “Marilyn is par excellence a screen for cultural projection. Scientists call it experimental bias: finding what you were looking for” (Churchwell, 2004, p. 378).

Esta noción de “pantalla cultural” conecta directamente con la experiencia pública de Monroe: su cuerpo fue utilizado para narrar muchas historias, pero casi nunca la suya. En su testimonio personal, recopilado a partir de reminiscencias como las de Truman Capote, aparece una Marilyn irreverente, contradictoria, aguda: “My Marilyn had nerve [...] She was not only daring, but determined to win. She was ambitious, competitive, and worked tremendously hard to achieve her success” (Churchwell, 2004, pp. 380–381). Esta voz desafía el relato dominante de una figura ingenua y manipulable; Monroe fue, también, una mujer con agencia, consciente del sistema en el que habitaba, y sin embargo incapaz de escapar a su maquinaria representacional.

La Marilyn descrita por Churchwell está hecha de capas. Es frágil, pero también irónica; exhibe ternura, pero sabe cómo explotar la percepción ajena: “Under all the frailty was a will of steel” (Churchwell, 2004, p. 381). A medida que se multiplican sus imágenes —en los medios, en la pintura de Warhol, en los souvenirs y en la memoria colectiva—, la mujer real queda atrapada entre proyecciones divergentes, oscilando entre el mito y la pérdida del yo. Esta tensión encuentra una de sus expresiones más lúcidas cuando la propia Monroe afirma: “I don’t want that [...] I want to be an artist [...] not an erotic freak. I don’t want to be sold to the public as a celluloid aphrodisiac. Look at me and start shaking” (Monroe & Hecht, 2007, p. 143).

Este deseo de afirmación, junto con la necesidad de ser amada, respetada y reconocida más allá del icono, subyace a muchos de los conflictos internos que Churchwell reconstruye. Monroe no es unívocamente víctima ni heroína; es una figura cargada de ambivalencias. Como observa la autora, “she tried to be the product of her own volition—which doesn’t make her pathological. On the contrary: my Marilyn was trying to learn to judge for herself, and to become someone she respected” (Churchwell, 2004, p. 386). En esta afirmación se condensa una lectura profundamente ética de su figura: Marilyn no solo luchó por emanciparse de las imágenes que otros construyeron sobre ella, sino también por producir una imagen de sí misma que no estuviera completamente al servicio del espectáculo.

Así, el recorrido vital y visual de Monroe, tal como lo retrata Churchwell, nos obliga a repensar la representación de la feminidad no como esencia ni estilo, sino como territorio de disputa. La mujer que el mundo conoció como Marilyn fue el resultado de una colisión entre el deseo colectivo heteropatriarcal y la búsqueda individual. Y es precisamente en ese conflicto donde reside la potencia política de su imagen

La imagen de Marilyn, por tanto, no fue simplemente popularizada, sino sistemáticamente apropiada y reconfigurada. Su circulación masiva no solo alimentó la industria del entretenimiento, sino que consolidó un imaginario colectivo donde el cuerpo femenino se convierte en un objeto de consumo. En palabras de Debord: “el espectáculo es la afirmación de la apariencia y la afirmación de toda vida humana, es decir social, como simple apariencia.” (Debord, 1995, p. 10). Marilyn se convirtió, en este sentido, en el ejemplo supremo de cómo la vida —y el cuerpo— pueden ser reducidos a pura apariencia.

La propia Monroe percibía esta disociación tal y como describe ella misma en *My Story* (2007):

“This sad, bitter child who grew up too fast is hardly ever out of my heart. With success all around me, I can still feel her frightened eyes looking out of mine. She keeps saying, ‘I never lived, I never loved,’ and often I get confused and think it’s I who am saying it.” (Monroe & Hecht, 2007, p. 41)

Esta fractura entre identidad e imagen, entre cuerpo vivido y cuerpo codificado, constituye el núcleo problemático sobre el que se erige la figura de Marilyn Monroe. Su cuerpo, más que habitado, fue enunciado; más que vivido, fue representado. En la escisión entre Norma Jeane y Marilyn se cifra el drama de una subjetividad escindida por las exigencias del espectáculo, atrapada entre la necesidad de reconocerse y la obligación de encarnar una ficción deseada por otros. Monroe no desaparece como sujeto únicamente por el exceso de visibilidad, sino por la imposibilidad de sustraerse a una economía simbólica que convierte su cuerpo en dispositivo de deseo, su imagen en mercancía y su feminidad en superficie significativa. Así, la imagen de Marilyn no sobrevive como testimonio de una vida, sino como inscripción persistente de un sistema de representación que continúa operando en la cultura visual contemporánea.

En suma, la figura de Marilyn Monroe condensa de manera paradigmática los mecanismos mediante los cuales la cultura visual moderna produce, regula y distribuye la imagen de la feminidad. Su representación articula múltiples dispositivos de poder simbólico: la performatividad del género, la organización escópica del deseo, la fetichización del cuerpo y la estetización del sujeto como mercancía. El cuerpo de Monroe no actúa como soporte de una identidad esencial, sino como superficie construida por y para la mirada; una imagen conformada por normas, expectativas y deseos que exceden su biografía y la sitúan en el corazón del imaginario colectivo.

Desde la teoría feminista, las aportaciones de Butler, Mulvey, Berger o Debord, permiten entender cómo esta imagen no solo fue producida dentro de un régimen de visibilidad patriarcal, sino también reproducida como signo funcional en la economía simbólica del espectáculo. Su figura deviene así en índice de una tensión irresuelta entre representación y subjetividad, entre deseo y regulación, entre visibilidad y desposesión. Marilyn no fue simplemente una mujer representada, sino una operación cultural compleja en la que se codificaron las lógicas dominantes de género, sexualidad y consumo. En esta operación, su imagen fue naturalizada como icono, mientras su experiencia fue silenciada como sujeto.

Por ello, pensar críticamente a Marilyn Monroe implica más que analizar una trayectoria individual: exige interrogar los modos en que los cuerpos femeninos son contruidos, estetizados y vaciados en los regímenes visuales contemporáneos. Su caso no constituye una excepción, sino un ejemplo modélico del modo en que la cultura visual configura la feminidad como espectáculo, performance y simulacro. Es en este cruce entre cuerpo, imagen y poder donde la figura de Monroe adquiere su verdadera densidad teórica. La “mujer Marilyn” no remite a un sujeto, sino a una función: la de hacer visible, una y otra vez, los límites de la representación en la cultura del deseo.

5. Conclusiones

El presente trabajo ha abordado la figura de Marilyn Monroe como objeto de estudio desde una perspectiva crítica, articulando herramientas provenientes de la teoría de género, los estudios visuales, la crítica de la cultura de masas y la semiótica contemporánea. A través del análisis de su representación en los medios, en el cine clásico y en la obra de Andy Warhol, se ha propuesto una reflexión sobre las lógicas culturales, estéticas y políticas que estructuran la construcción visual de la feminidad en el siglo XX. En este sentido, el caso de Monroe se revela no como una excepción biográfica ni como una figura anecdótica del star-system, sino como un paradigma sintomático de las operaciones simbólicas que configuran el régimen visual patriarcal-industrial.

En primer lugar, se ha demostrado que la imagen pública de Monroe no responde a una identidad individual, sino a una construcción visual normativizada. La feminidad que proyecta está codificada según las lógicas de un régimen escópico patriarcal que asigna a la mujer el lugar de la visibilidad pasiva. La imagen de Monroe no remite a una subjetividad autónoma, sino a un conjunto de signos estéticos –voz, gesto, vestuario, postura– que funcionan como marcadores de género dentro de un sistema de representación estructuralmente desigual. La performatividad femenina, en su caso, se erige como una forma de ficción legitimada, una coreografía que simula una esencia pero que, como ha demostrado Judith Butler, se basa en la reiteración ritualizada de normas hegemónicas. Monroe deviene así un emblema de la feminidad espectacularizada, un cuerpo-ficción destinado a encarnar lo femenino no como diferencia, sino como objeto de deseo y consumo.

La obra de Andy Warhol constituye un punto de inflexión dentro de esta lógica, al representar —de manera deliberadamente ambivalente— la inscripción definitiva del cuerpo de Monroe en la economía del signo. A través de procedimientos técnicos como la serigrafía y la repetición serial, Warhol no representa a Marilyn: la replica, la multiplica, la vacía. Su imagen pierde toda referencia biográfica y se transforma en un signo flotante, disponible para la circulación masiva. En este contexto, la serigrafía no es un mero recurso formal, sino una operación estructural de desubjetivación. La huella del artista se diluye, y con ella, la posibilidad de interpretar la obra como expresión singular. Warhol ejecuta así una crítica desde dentro a la estetización capitalista, al mostrar cómo la producción técnica de imágenes elimina la singularidad del rostro y convierte la identidad en patrón visual. La figura de Monroe, reproducida en serie, se emancipa de su anclaje vital para convertirse en mercancía visual: un icono que ya no representa, sino que circula.

Este proceso de vaciamiento simbólico encuentra su expresión más elocuente en obras como *Nine Multicolored Marylins* o *Marilyn Diptych*, donde el rostro de la actriz se repite hasta la saturación, como si cada iteración no solo repitiera una imagen, sino que borrara progresivamente la huella de una existencia. La repetición no remite al homenaje, sino al simulacro: en la medida en que la imagen es replicada sin contexto, sin biografía y sin narración, deja de significar para simplemente estar. La obra de Warhol no ilustra el espectáculo, sino que lo reproduce formal y conceptualmente. Su estética no es sólo representación de una lógica capitalista del signo: es su puesta en acto. En este sentido, Warhol no denuncia el fetichismo visual, sino que lo estetiza, llevando al extremo su potencial disruptivo.

Este desplazamiento, de la representación a la circulación, de la biografía al signo, pone en evidencia las condiciones de posibilidad de la subjetividad femenina en la cultura visual contemporánea. Marilyn no es ya una actriz ni una mujer, sino una imagen estandarizada que opera como interfaz simbólica. La representación de su cuerpo –fragmentado, estetizado, repetido– revela el modo en que la cultura de masas construye la feminidad como un producto consumible. Desde la óptica de la crítica feminista, especialmente a través de las aportaciones de Laura Mulvey y John Berger, se ha evidenciado cómo el cine y el arte pop codifican la diferencia sexual bajo los términos del deseo masculino. La mujer, en tanto

objeto visual, no tiene función narrativa propia, sino que interrumpe la diégesis para producir placer escópico. En este régimen, la mirada no registra lo femenino: lo construye según parámetros normativos que neutralizan su agencia.

La especificidad del caso de Monroe reside, precisamente, en su condición de síntesis. Su imagen condensa las tensiones propias de la representación femenina en el capitalismo visual tardío: deseo y disciplina, presencia y desposesión, visibilidad y borrado. La Marilyn de Warhol no es un sujeto retratado: es una figura descompuesta en signos. Cada color, cada encuadre, cada repetición no añade profundidad, sino que resta densidad simbólica. El rostro se convierte en superficie; el cuerpo, en soporte; la figura, en signo operativo. Este proceso de estetización extrema revela no sólo los mecanismos de producción visual del deseo, sino también los límites de la subjetividad en una cultura donde la imagen antecede y sustituye a la experiencia.

En este marco, la obra de Warhol actúa como un dispositivo crítico de la visualidad contemporánea, al mostrar la función estructural de la repetición en la construcción del mito. La Marilyn que se multiplica en sus lienzos no representa a una mujer, sino a un código. Es la rubia, la sensual, la deseable: no por lo que es, sino por lo que simboliza. Esta desrealización de la identidad implica también una mutación ontológica: Monroe deja de ser una figura histórica para convertirse en interfaz semiótica. Como ha señalado Baudrillard, en el régimen del simulacro, el signo se disocia de su referente y se convierte en realidad autónoma. La imagen ya no representa: opera. Y en ese operar, produce efectos de verdad sin anclaje en lo real. La imagen de Monroe, repetida hasta la saciedad, deja de ser representación para convertirse en presencia pura: visualmente disponible, pero simbólicamente vacía.

Desde esta perspectiva, la imagen de Marilyn no puede ser leída como un archivo de una identidad, sino como un síntoma de un régimen simbólico. No se trata de desentrañar quién fue Monroe, sino de comprender cómo y por qué fue construida de ese modo. En este sentido, el trabajo ha mostrado que su figura no es sólo un objeto visual, sino una tecnología de género. La performatividad que encarna no es un estilo personal, sino una exigencia sistémica: ser femenina es actuar como tal, bajo los términos definidos por la cultura. Marilyn ejecuta ese mandato con precisión milimétrica, convirtiéndose así en modelo, arquetipo y estándar. Pero esa perfección performativa no la libera, sino que la encierra en un dispositivo de representación que transforma su cuerpo en código cultural.

Asimismo, los testimonios personales de Monroe revelan la fractura entre imagen pública y existencia privada. La escisión entre Norma Jeane y Marilyn no es solo biográfica, sino estructural: su cuerpo fue apropiado, estetizado y proyectado como superficie de deseo ajeno. Esta desposesión simbólica no es accidental, sino inherente al funcionamiento del star-system y del mercado cultural. Como ha evidenciado este trabajo, la subjetividad femenina, cuando es mediatizada, tiende a ser sustituida por una imagen funcional que responde a demandas externas. La voz de Monroe, cuando logra emerger en entrevistas o en su autobiografía, no contradice esta lógica, sino que la confirma desde la angustia. Su deseo de ser vista como artista, y no como fetiche, aparece como una resistencia que nunca logra materializarse.

En última instancia, la figura de Marilyn Monroe permite comprender la mutación del cuerpo femenino en una interfaz estética post-biográfica. La imagen ya no representa una historia, sino que organiza un sistema de significaciones ajenas al sujeto representado. En este sentido, el trabajo ha mostrado que Monroe no es sólo un icono: es un punto de condensación simbólica en el que convergen los discursos del género, del deseo, del espectáculo y del consumo. Su rostro no cuenta una vida, sino que activa un conjunto de proyecciones culturales que la desbordan y la reconfiguran constantemente. Como ha señalado Sarah Churchwell, Marilyn es una pantalla cultural: no la vemos a ella, sino aquello que necesitamos que sea.

Así pues, el análisis de la imagen de Monroe a través de Warhol no busca restituir una autenticidad perdida, sino evidenciar las condiciones estructurales que hacen posible su conversión en mito. En la repetición infinita de su rostro se cifra la lógica del simulacro: una imagen sin origen, sin destino, sin sujeto. En esa cadena de desplazamientos, la mujer desaparece y queda el signo. Y es precisamente en ese tránsito, de la biografía al patrón, del cuerpo al objeto visual, donde se produce la operación simbólica más contundente del arte pop: transformar la vida en mercancía, la feminidad en estética, y la imagen en superficie de circulación.

7. Bibliografía y webgrafía

Acosta, C., (2010). *Judith Butler y la teoría de la performatividad de género*. Revista de Educación & Pensamiento., 85-95.

Barker, J. L. (2018). *The sexiest symbol: Marilyn Monroe* [Tesis de grado, Appalachian State University].

Barthes, R. (1999). *Mitologías* (M. Soler, Ed.). Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1957).

Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo: Sus mitos, sus estructuras* (A. Bixio, Trad.). Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1970)

Bauman, Z. (2012). *Vida de consumo* (3ª reimp.). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 2007).

Belmonte Jiménez, A. M. (2011). *Marilyn Monroe y los estereotipos de género*. Razón y Palabra, (77), agosto-octubre. Universidad de los Hemisferios. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520010079>

Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (A. E. Weikert, Trad.; B. Echeverría, Introd.). Editorial Ítaca. (Obra original publicada en 1936)

Berger, J. (1972). *Ways of seeing*. British Broadcasting Corporation. Penguin Books.

Bergin, P. (1967). *Andy Warhol: The Artist as Machine*. *Art Journal*, 26(4), 359–363. <https://kirkbrideplan.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/05/warhol-the-artist-as-machine.pdf>

Bernal Mancilla, J. A. (2013). La mujer-objeto de intercambios en las sociedades primitivas: Una lectura entre Pateman, Irigaray y Baudrillard. *Revista Graña*, 10(2), 143–157. https://www.researchgate.net/publication/321924884_La_mujer-objeto_de_intercambios_en_las_sociedades_primitivas_Una_lectura_entre_Pateman_Irigaray_y_Baudrillard

Botto, M. N. (2018). *Edgar Morin. La cultura de masas como objeto de análisis*. *Question*, 1(60), e094. <http://orcid.org/0000-0003-3693-7068>

Brajičić, M., Kušević, D., & Petric, M. (2020). *Experiencing a 20th-century visual artwork – Andy Warhol*. *Croatian Journal of Education*, 22(Ed. Esp. n.º 1), 239–261. <https://hrcak.srce.hr/file/360768>

Butler, J. (2007). *El género en disputa: El feminismo y la subversión de la identidad* (M.ª A. Muñoz, Trad.). Ediciones Paidós Ibérica. (Obra original publicada en 1990)

Churchwell, S. (2004). *The many lives of Marilyn Monroe*. Picador Editorial.

Cid López, R. M. (2009). *Simone de Beauvoir y la historia de las mujeres. Notas sobre El segundo sexo*. Investigaciones Feministas, vol. 1, 65–76. <https://revistas.ucm.es/index.php/INFE/article/view/INFE0909110065A>

Clemons, G. I. (2024). *Bury your blondes: The life, death, and ongoing obsession with Marilyn Monroe and Anna Nicole Smith* (Tesis de maestría no publicada). Middle Tennessee State University. <https://jewlscholar.mtsu.edu/handle/mtsu/7305>

Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo* (R. Vicuña Navarro, Trad.). Ediciones Naufragio. (Obra original publicada en 1967)

Domínguez López, G. (2015). *El star system: La construcción de mitos en el Hollywood clásico* (Trabajo Fin de Grado). Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/items/8a01ca31-ae8-4848-b78f-1dac1ce76ffc>

Espinar, M. T. (s.f.). *Marilyn Monroe: la construcción de una bomba sexual*. Ventana Indiscreta, (10), 48–53. Universidad de Lima.

Fernández, J. (2011). *Un siglo de investigaciones sobre masculinidad y feminidad: Una revisión crítica*. Psicothema, 23(2), 167–172. <https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/view/9018>

Foster, H. (2011). *The first Pop age: Painting and subjectivity in the art of Hamilton, Lichtenstein, Warhol, Richter, and Ruscha*. Princeton University Press.

Gomery, D. (2005). *The Hollywood studio system: A history*. British Film Institute.

Gómez Villalba, P., & Durán Manso, V. (2019). *La evolución de los arquetipos femeninos en el Hollywood clásico (1950–1967): análisis de los personajes de Marilyn Monroe, Audrey Hepburn y Elizabeth Taylor*. Universidad de Cádiz. <https://idus.us.es/items/a7c59b4a-7b17-401b-bc96-e9c63a8f7290>

Harrison, S. (2003). *Pop art and the origins of post-modernism* (netLibrary ed.). Cambridge University Press. (Publicado originalmente en 2001)

Haslem, W. (2023). Blonde: Redefining Marilyn Monroe as digital artifact. *Cinephile*, 17(1), 30–36. <https://ojs.library.ubc.ca/index.php/cinephile/article/download/198235/192631/249129>

Higueras Rodríguez, V. E. (2017). *El actor en el cine clásico: Hollywood 1920-1950* (Trabajo de Fin de Grado inédito). Universidad de La Laguna. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/5904/El+actor+en+el+cine+clasico+Hollywood+1920-1950.pdf;jsessionid=F610DE18E146D956110DB3F0101FBA04?sequence=1>

Irigaray, L. (1985). *Este sexo que no es uno* (C. Porter & C. Burke, Trans.). Cornell University Press. (Trabajo original publicado en 1977)

James, D. E. (1996). *I'll be your mirror: Andy Warhol and the cultural imaginary*. Duke University Press.

Jodelet, D. (2020). *Sobre el espíritu del tiempo y las representaciones sociales*. Cultura y Representaciones Sociales, 15(29), 19–34. <http://www.scielo.org.mx/pdf/crs/v15n29/2007-8110-crs-15-29-19.pdf>

Kaplan, E. A. (2000). *Hollywood, ciencia y cine: La mirada imperial y la mirada masculina en las películas clásicas*. En CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, (5), 39–65. Universidad Complutense de Madrid. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93500503>

Konkle, A. (2019). *Some kind of mirror: Creating Marilyn Monroe*. Rutgers University Press.

Millar, I. (2022). Blonde: Preliminary materials for a theory of the Bombshell. *Vestigia*, 3(2), 119–131. <https://vestigiajournal.com/wp-content/uploads/2023/01/Isabel.Millar-Vestigia-V32.pdf>

Monroe, M., & Hecht, B. (2007). *My story* (Ed. ilustrada). Taylor Trade Publishing.

Moon, M. (1998). *A small boy and others: Imitation and initiation in American culture from Henry James to Andy Warhol*. Duke University Press.

Moreno Esparza, H. M., & Torres Cruz, C. (2019). *La noción de performatividad de género para el análisis del discurso filmico*. Cadernos Pagu, (56), e195610. <https://doi.org/10.1590/18094449201900560010>

Morin, E. (1961). *Las estrellas*. Grove Press. (Obra original publicada en 1957).

Morin, E. (1965). *El espíritu del tiempo: Ensayo sobre la cultura de masas*. Taurus Ediciones. (Obra original publicada en 1962)

Mulvey, L. (1975). *Placer visual y cine narrativo*. (J. Paredes, Trad.). En *Screen*, 16(3), 6–18. (Trabajo original presentado en 1973).

Muñiz, E. (2014). *Pensar el cuerpo de las mujeres: cuerpo, belleza y feminidad. Una necesaria mirada feminista*. Sociedade e Estado, 29(2), 415–432. <https://www.scielo.br/j/se/a/zQrjj86qktfrZ9NYgfJ4c4R/>

Nahum, D. (2011). *Mito y significación en Oración por Marilyn Monroe, de Ernesto Cardenal*. ANEP CFE Instituto de Profesores “Artigas”. <https://repositorio.cfe.edu.uy/handle/123456789/595>

Rollyson, C. E. (2014). *Marilyn Monroe: A life of the actress* (Ed. revisada y actualizada). University Press of Mississippi.

- Schor, N. (2007). *Reading in detail: Aesthetics and the feminine* (Reimpresión). Routledge.
- Spoto, D. (1993). *Marilyn Monroe: The biography*. Cooper Square Press.
- Taraborrelli, J. R. (2009). *The secret life of Marilyn Monroe*. Grand Central Publishing.
- Taylor, P. (1989). *Post-pop art*. The MIT Press.