



Universidad de Valladolid



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**LOS EXCESOS DEL ARTE:
EL KITSCH.**

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Presentado por Jessica García Ecker

Tutelado por Jesús Félix Pascual Molina

Segovia, a junio de 2016

ÍNDICE

RESUMEN	4
CAPÍTULO I.	
1.1. INTRODUCCIÓN	6
1.2. JUSTIFICACIÓN	7
1.3. OBJETIVOS	8
CAPÍTULO II.	
2.1. EL KITSCH. QUÉ ES Y CÓMO SE MANIFIESTA	10
2.1.1. El kitsch en España	20
CAPÍTULO III.	
3.1. CARACTERÍSTICAS DEL KITSCH	26
3.1.1. Exageración	28
3.1.2. Mezcla	29
2.1.3. Apariencia	30
CAPÍTULO IV.	
4.1. PRESENCIA DEL KITSCH EN ALGUNOS ARTISTAS CONTEMPORÁNEOS	34
4.1.1. Katie Dutch	35
4.1.1.1. Do not “Funk” with Frida	37
4.1.1.2. Random Gold Pop Art	38
4.1.1.3. Bullfight	39
4.1.2. Artefacto	40
4.1.2.1. Flamingos XL	42
4.1.2.2. Queen of the Birds	43
4.1.2.3. Human Anatomy Lamp	45
4.1.3. Juan Sánchez Porta	46
4.1.3.1. Instalación específica para OPEN STUDIO	49
4.1.3.2. After Conceptual	52
4.1.3.3. Abanico	53
CAPÍTULO V.	
5.1. VALORACIÓN DE LA ESTÉTICA KITSCH	56
CAPÍTULO VI.	
6.1. CONCLUSIONES	62
CAPÍTULO VII.	
7.1. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
CAPÍTULO VIII.	
8.1. LISTADO DE IMÁGENES	70
ANEXOS	76

RESUMEN

El presente trabajo pretende investigar la importancia y repercusión de los excesos dentro de la cultura y el mundo del arte, a través del exponente artístico más representativo y despreciado: el kitsch. Se pretende clarificar su origen, explicar el porqué de su surgimiento, en qué consiste y sobre todo el objetivo final de demostrar el valor de esta opción estética.

Asimismo se ha tratado de analizar cómo ha ido evolucionando el uso y aceptación de los excesos en el arte y cómo el kitsch ha contribuido a modificar la manera de hacer, contemplar y entender el arte, pasando de ser un eterno desconocido y rechazado, a constituir una estética prolífica, que va mucho más allá de lo puramente ornamental llegando a conectar verdaderamente con el espectador. Lo que hace que tras haber pasado más de 150 años de su nacimiento siga vigente en la actualidad.

Palabras clave: kitsch, arte, estética, excesos, arte y publicidad.

ABSTRACT

The present study aims to investigate the importance and impact of the excesses within the culture and art, though the more representative and despised artistic exponent: kitsch. The intention of the study is to clarify its origin, explain the reason for its emergence and especially to demonstrate the value of this aesthetic option.

It also attempts to analyze how the use and acceptance of the excesses in art has evolved and how kitsch has contributed to modify the way of doing, contemplating and understanding art, deriving from an eternal unknown to establishing a prolific aesthetic; which goes further than the purely ornamental and truly connects with the viewer. What makes that after more than 150 years after its birth, it remains in force today.

Key words: kitsch, art, aesthetic, excesses, art and advertising.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

1. INTRODUCCIÓN

Esta investigación tiene como objeto analizar la repercusión que han tenido y tienen los excesos dentro del mundo del arte, en concreto su exponente artístico más representativo y subestimado del exceso: el kitsch.

Con el propósito final de demostrar el valor e importancia de este arte realizaré a continuación un análisis dividido en cuatro capítulos. El primero se basa en contextualizar, definir y explicar el término de forma individual y en relación con otros movimientos artísticos.

El segundo capítulo se sustenta en tratar de aclarar las características propias de la estética, apoyándome para ello en los rasgos que proponen algunos teóricos. Mencionando algunas obras con el objeto de ejemplificar y poner en evidencia las citadas características.

En tercer lugar realizo un estudio general de los artistas contemporáneos que encajan en la estética, centrándome posteriormente en analizar la obra de tres artistas emergentes con la idea de constatar algunos ejemplos, sus rasgos e intenciones. Demostrando con ellos la riqueza artística que denota la esencia kitsch.

Por último trato de reflexionar y poner en valor la estética kitsch como tendencia reivindicativa, que constituye un fenómeno social y cultural. Adentrándome en la transcendencia que tiene en los productos culturales de la actualidad.

Quisiera agradecer a Kitschiness y a Juan Sánchez Porta de Oro Jondo su colaboración en ésta investigación, con la que a través de sus respuestas a mi cuestionario, me han permitido conocer la percepción que tienen sobre la estética los propios artistas, ayudándome en gran medida a profundizar más en el tema, favoreciendo la reflexión sobre aspectos que a priori no había tenido en cuenta.

2. JUSTIFICACIÓN

La elección de realizar el trabajo de fin de Grado centrándome en la estética kitsch se debe principalmente a la pasión que siento por el arte, sumado a mi interés personal por lo extraño, exótico y diferente. Siento adoración por las formas que rompen con lo establecido y hacen que críticos y teóricos pongan el grito en el cielo desacreditándolas. Por ello, trato de abordar el tema con la intención de descubrir el porqué de ese rechazo, acercándome a conocer el valor de la estética, a través de la pluralidad de sus representaciones y lo que estas logran transmitir.

Considero oportuno acercarme tanto de forma teórica como empírica a este tipo de creaciones, tratando de entender su significado y la importancia real que suponen en los contextos en los que se manifiesta, con el fin de averiguar qué trata de hacer ver al espectador.

Para ello me aproximo a la investigación de manera multidisciplinar, es decir, además de fundamentar mis reflexiones en conceptos teóricos de académicos reputados como Dorfles, Eco, Greenberg, Kundera, Moles, Sontag, entre otros, también he querido acercarme más profundamente al término, poniéndome en contacto con algunos artistas contemporáneos que utilizan esta estética en sus obras, lo que me ha ayudado a conocer la perspectiva real del artista. Asimismo trato de explorar el uso que la publicidad hace de esta opción estética y a partir de ello deducir qué será lo que le espera al kitsch dentro del mundo de la comunicación.

Partiendo de todo ello pretendo poner de manifiesto y explicar lo que es el kitsch, conectando diferentes disciplinas como son: el arte, la estética, la psicología y la filosofía. Con el objetivo de que estas contribuyan a facilitar la comprensión de una tendencia a la vez tan rica como prejuizada.

En relación con el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el que se enmarca esta investigación, es esencial estudiar e interpretar la Historia del Arte, ya que la publicidad y el arte se encuentran fuertemente ligados, nutriéndose mutuamente, encontrándose el kitsch a caballo entre ambas disciplinas.

3. OBJETIVOS:

A través de este Trabajo de Fin de Grado se pretende destacar el valor del kitsch en el mundo del arte contemporáneo, desarrollando para llegar a ello los siguientes objetivos concretos:

- Contextualizar, definir y explicar qué es el kitsch.
- Conocer sus rasgos característicos y argumentarlos con algunos ejemplos.
- Explorar la presencia del kitsch en algunos artistas contemporáneos, siendo capaz de llevar a cabo el análisis de varias obras de diferentes autores con el fin de estudiar sus significados y ejemplificar con ellas los valores y características sobre los que se sustenta esa esencia estética.
- Relacionar el kitsch con la publicidad mostrando a partir de varios ejemplos la evolución que ha experimentado el concepto.
- Reflexionar sobre el kitsch en la actualidad y poner en valor la tendencia.

CAPÍTULO II

EL KITSCH. QUÉ ES Y CÓMO SE MANIFIESTA

2.1. EL KITSCH. QUÉ ES Y CÓMO SE MANIFIESTA

El kitsch es un fenómeno amplio y complejo, cargado de numerosas hipótesis sobre su origen, lo que nos dificulta conocer y aclarar su procedencia.

De acuerdo con los etimólogos Friedrich Kluge y Alfred Götze, el término *kitsch* se debe al inglés *sketch*, como testimonio de la búsqueda insaciable de esbozos y obras de arte baratas (Reiman, 1936: 13). Por otro lado Umberto Eco (2007) basándose en el diccionario de Trübner afirma que *kitsch* proviene del dialecto mecklemburgués (sur de Alemania) donde se encuentra el verbo *kitschen* cuyo significado es “recoger barro de la calle y excrementos” o “trucar muebles para hacerlos parecer más antiguos” y su variante *verkitschen* que expresa “vender a bajo precio” (Eco, 2001:394). Mientras que Otto Best (1980) relaciona el término con *ketschen* y *verkitschen* del suave, que significa desecho. Buscando su ascendencia en otras lenguas, como el ruso *keetcheetsya* aparece su relación con la “falsa pretensión” (Abadi, F. y Lucero, G., 2013: 250).

Con todos estos posibles orígenes etimológicos entendemos que es difícil conocer su verdadera procedencia, aunque posiblemente todos estos términos vinculados con el kitsch tengan cabida a la hora de ser construido el propio fenómeno.

De lo que podemos estar seguros es que desde la misma concepción del término, este se ha entendido como algo subordinado al “Arte puro¹”, asociado a lo insignificante, falso, vulgar y grotesco.

Distintos intelectuales y teóricos afirman que el término surgió en Europa Occidental, concretamente en Múnich a mediados del siglo XIX a raíz de la revolución industrial. Con esta aparece la producción masiva de objetos, fabricados en serie, de poca calidad y bajo precio. Lo que lleva a los críticos y a la alta sociedad de la época a considerar representaciones falsas, vulgares y de mal gusto a ese tipo de objetos, dando como resultado la devaluación de determinadas manifestaciones artísticas.

Como antecedentes del kitsch podemos señalar, apoyándonos en Olalquiaga (2007), los “pasajes parisinos”, resultado del desarrollo capitalista y de las inversiones burguesas. Consistían en largas y estrechas galerías situadas en el centro mercantil de París, en las que se concentraban más de cincuenta establecimientos, pudiendo encontrar entre ellos salas de lectura, almacenes, teatros, lavabos, en definitiva una mezcla de comercios y servicios de todo tipo. Estos pasajes, exitosos durante casi un siglo (de 1780 a 1860) rompieron con la forma de ser de la ciudad, convirtiéndose en lugares para pasar el rato, ruidosos y siempre repletos de gente. Se caracterizaban principalmente por su aura exótico formado por una espesa luz filtrada y humo de pipa.

Los “pasajes parisinos” tuvieron tanta notoriedad que sobre 1845, inspirados por su extravagancia y por el singular empleo estético del vidrio al presentar sus productos, se empezaron a crear espacios nuevos por toda Europa, dedicados a la decoración y al diseño. Teniendo todos ellos en común el uso ornamental del vidrio para la exhibición y conservación visual de las obras, impulsando el voyerismo, iniciado por las galerías parisinas por la necesidad, a causa de la producción de objetos en serie, de comenzar a exponer los productos de manera espectacular.

Con el desarrollo del fenómeno de la exposición aparece en 1851 la *Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations*, primera muestra de productos estandarizados, que tuvo lugar en el Palacio de Cristal de Londres. Este edificio de monumental estructura de vidrio y hierro abre la era moderna y dará pie a los primeros pasajes londinenses cubiertos, primeras galerías italianas y primeras ferias internacionales.

Estas y otras exposiciones eran lugares destinados a presentar nuevas formas de mirar, utilizando para ello la espectacularidad y la mezcla entre lo tradicional y lo innovador, naturalizando lo

¹ Entendiendo por Arte puro como esas obras desinteresadas, no utilitarias y regidas por los cánones clásicos de belleza y proporcionalidad.

mecánico. Pretendían representar la naturaleza, creando obras compuestas por animales y plantas congeladas, mostrando algo jamás visto, lo más puro del ser congelado, dando como resultado “imágenes del deseo” (Olalquiaga, 2007: 35), creadas en la frontera entre lo real y la entelequia. Lo que llevó a estas primeras muestras a ser duramente calificadas de falsas, banales y de mal gusto por “violar la pureza” (Olalquiaga, 2007), de los estilos clásicos.

A partir de ahí este tipo de obras fueron permanentemente rechazadas y calificadas, desde entonces hasta la actualidad, a través de connotaciones negativas, siendo bautizado este fenómeno artístico y cultural como **KITSCH**.



Fig.1 *Great Exhibition*, 1851. Fuente: <http://img.aws.ehowcdn.com/intl-620/ds-photo/getty/article/171/204/92823273.jpg>

En cuanto a la primera aparición constatada del término, Abadi, F. y Lucero, G. (2013) afirman que no surge hasta 1882 cuando Otto Frölicher, pintor suizo de paisajes impresionistas, manifiesta en una carta que *no se vea obligado a pintar “kitsch”*. Ya que en ese periodo, por la gran demanda de obras, los artistas veían necesario realizar cuadros más económicos de lo habitual llamados *Kitsche*. Marcando de nuevo una oposición entre “el arte” y el kitsch, quedando este comprendido para siempre como una simple decoración vulgar de objetos cotidianos.

Tras esto, no es hasta los primeros años del siglo XX cuando el kitsch adquiere gran transcendencia y el concepto se universaliza. En ese momento se comienzan a realizar investigaciones sobre el kitsch. Se inician con *Extravíos del gusto en la industria artística* (1909), exposición de Gustav Pazaurek realizada en el Museo de Artes y Oficios de Stuttgart.

En esta época se empiezan a percibir grandes cambios sociales, desarrollando a partir de los años 20 una indagación exhaustiva sobre el fenómeno. Lo que lleva a establecer una eterna dicotomía entre el innegable “Gran Arte” entendido como *Geist* (espíritu) y el nocivo kitsch comprendido como *Sinnlichkeit* (sensualidad).

Fue en los años 30 del siglo XX cuando teóricos como Hermann Broch, Theodor Adorno o Clement Greenberg iniciaron oficialmente las críticas negativas sobre el kitsch al intentar enfrentarlo con las vanguardias. Llegando a la conclusión de que la fama de esta estética podía ser una gran amenaza para el “Arte puro”.

Según Olalquiaga en *El reino artificial. Sobre la experiencia kitsch* (2007) fue concretamente Broch, dramaturgo y filósofo austriaco, quien juzgó perniciosamente al kitsch como algo inferior frente a las manifestaciones artísticas “puras” en su libro *Kitsch and Art-with-a-message* (1933), consiguiendo catalogarlo y conservarlo fuertemente vinculado y supeditado por la cultura y el gusto del momento.

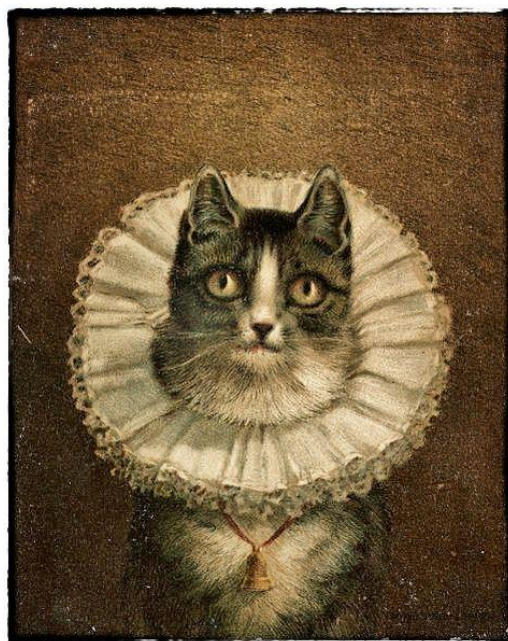


Fig.2 Dielman, F., 1890, *The Widow*. Fuente: http://rocksalted.com/wp-content/uploads/2016/05/The_Widow_Boston_Public_Library-818x1024.jpg

A partir de estas críticas comienza a surgir gran interés en el mundo académico por conocer y analizar el fenómeno, siendo tratado desde diferentes perspectivas. Y ya no solo abordándolo desde lo despectivo, basándose únicamente en una cuestión de gusto, como lo hace Arnheim (1974) que habla sobre el kitsch como “la vulgaridad que seduce a un gusto ineducado”, Dorfles (1969) que lo denomina “antología del mal gusto”, o Eco (1984) situándolo más en la estética que en el arte, como una “estructura del mal gusto”, definiéndolo como “Una forma de desmedida, de falso organicismo contextual, y por ello, como mentira, como fraude perpetrado no a nivel de los contenidos, sino al de la propia forma de la comunicación” (p. 101).

Empiezan a surgir nuevas visiones, más cerca de valorar y conectar al kitsch con el arte, como la de Gómez de la Serna (1988) que habla sobre la existencia de un kitsch “bueno” y otro “malo”, Moles (1971) que lo define de manera irónica como “el arte de la felicidad” o Greenberg (1939) que lo relaciona con el arte, como amenaza para las vanguardias. En la misma línea que Greenberg se encuentra Broch (1979) afirmando que “La esencia del kitsch consiste en la sustitución de la categoría estética por la categoría ética; impone al artista la obligación de realizar, no un ‘buen trabajo’, sino un trabajo ‘agradable’: lo que más importa es el efecto” (p. 9).

Algunos estudiosos reflexionan sobre el kitsch yendo mucho más allá de lo puramente estético y sitúan al concepto desde un pensamiento filosófico, surgiendo acepciones que determinan el kitsch como algo no tan inferior, superficial e insignificante como se estimaba. Como Giesz (1973) que se acerca a él partiendo de su fenomenología, situando al kitsch fuera de los productos, en los creadores y espectadores. Observando desde una perspectiva antropológica que su origen estaría en el *hombre-kitsch*, resultado de la *mid-cult* (cultura media) y su evolución en la manera de entender el mundo. O como Walter Benjamin (1998) que afirma que el kitsch “busca penetrar en el corazón de las cosas obsoletas” (p. 112), viéndolo como “mecanismo de investigación del

alma humana” (citado por Abadi, F. y Lucero, G., 2013: 7), siendo ese deseo que reconoce a las masas y las experimenta en su núcleo más íntimo como exceso en el que el deseo fluye.

En la actualidad y muy en esa línea, Javier González Solas (2004), teórico en comunicación sostiene que:

El kitsch es habitualmente considerado como una forma expresiva degradada adscrita a un cierto grado de cultura y de gusto, e incluso situada en áreas de escaso nivel económico, pero la realidad confirma que se distribuye de una manera masiva y transversal por estratos sociales y sectoriales. Una relación aleatoria y sin criterio clasificativo evidencia una topología del *kitsch* que muestra concentraciones espaciales privilegiadas pero que recorre estratos económicos, instituciones, productos, etc., consecuentemente al principio sostenido de que el nexo de unión es el hombre *kitsch*, y no los productos ni una determinada mecánica de producción material (p. 6).

Mientras que también, actualmente, el Diccionario de la Real Academia Española (<http://dle.rae.es>) trata el término de manera superficial y arcaica, basándose en esos primeros teóricos que fundamentaban sus ideas en el buen o mal gusto, definiendo kitsch como “Estética pretenciosa, pasada de moda y considerada de mal gusto”.

Otros diccionarios de referencia como Wordreference (<http://www.wordreference.com>), trata el tema de manera similar:

Tendencia artística de finales del siglo XVIII que se caracterizó por su ostentosa pretenciosa, su barroquismo y su mal gusto.

Adj. De esta tendencia artística o relativo a ella, especialmente referido a los elementos decorativos excesivamente recargados y pretenciosos.

Con todas esas manifestaciones en torno al kitsch se pone en evidencia como son los propios teóricos los que lo definen de forma parcial e incorrecta, expresando gran dificultad para abordar el concepto, ya que en muchas ocasiones lo hacen de forma totalmente arcaica y subjetiva sin tener en cuenta el contexto y su desarrollo social, les cuesta comprender en qué consiste la cultura popular y por ello directamente la desacreditan. Como bien mencionan Krauss y Bois (1997): “El kitsch es dialéctico y solo puede comprenderse realmente conociendo bien lo que este ataca, es decir, el modernismo” (p. 119).



Fig.3 Lachapelle, D., 2009, *Rape of África*. Fuente: <http://davidlachapelle.com>

Tras reflexionar sobre todas las definiciones e ideas anteriormente citadas, tratando de fijar mi propia definición sobre el kitsch, me percaté de que es imposible establecer a un fenómeno tan amplio un único significado que por sí solo nos ayude a entender el concepto, ya que este permuta y se transforma continuamente, de la mano de las tendencias culturales de cada momento. A pesar

de ello y fruto de mi conclusiones, entiendo KITSCH como una opción estética originada como respuesta rabiosa a un contexto negro², convulso y en continua transición.

Estética producto de una evolución histórica, social y artística. Concebida por los profundos cambios que experimenta la estructura social a raíz de la incapacidad de esta para nutrirse del desarrollo formal, en la creación de imágenes, ideas y pensamientos desde un dogma racional y evolutivo, propiciado por la industrialización (era moderna).

De tal forma, que emerge como germen de la democratización de la alta cultura y el arte moderno, poniendo al alcance de todos la práctica de contemplar, admirar y nutrirse del arte.

El kitsch es una elección “a veces inconsciente” que realiza el artista a la hora de expresarse, y que trata, a través de su espectacularidad, de dar respuesta a una actitud vital. Por ello, basándonos en la definición que aporta el D.R.A.E. sobre qué es *estilo* y considerando las acepciones que se refieren al arte, dice así:

1. m. Modo, manera, forma de comportamiento.
2. m. Conjunto de características que identifican la tendencia artística de una época, o de un género o de un autor.

De tal forma que no podemos categorizar al kitsch como corriente o estilo artístico, ya que no lo es, no cumple las pautas para serlo. Principalmente, no es propio de una época concreta, no está anclado a un espacio cronológico determinado, no se agota, desde su aparición ha permanecido ahí. Además no es una tendencia que comparta filosofía o estilo habitual, “no responde a características estilísticas identificables, no se pueden encontrar paralelismos formales cercanos y evidentes” (Álvarez, J.A., 2014: 76-77), sus artistas no crean en la misma línea, ya que ni siquiera tienen por qué tener rasgos, composiciones o elementos similares y además tampoco se caracterizan por tener presupuestos similares. Esta opción estética puede ser asumida por cualquier artista, independientemente de sus estudios, relevancia o poder adquisitivo.

A pesar de no ser un estilo artístico como tal, podemos incluirlo dentro del arte contemporáneo, este podría abarcarlo, ya que nace a finales del siglo XVIII y se prolonga hasta la actualidad y además se basa en marcar una ruptura de las formas puras y en adaptarse a las cambiantes y provocativas teorías del arte. El kitsch a su vez se nutre del arte contemporáneo y es parte de él.

Es una estética que estudia las formas pasadas y las recrear recargándolas y dotándolas de nuevas apariencias y significados. Alimentándose de diferentes movimientos estéticos, estilos, de la cultura y la sociedad. Expresándose a través de la exhibición de lo cotidiano, creando agrupaciones de diferentes imágenes, formatos, materiales, objetos, texturas, colores y símbolos, constituyendo una *inadecuación estética*, término establecido por Calinescu (1991) que le sirve para explicar el kitsch como “incongruencia por sí misma o en relación con el contexto” (p. 231).

Tendencia cultural que supone una transgresión de lo considerado bello, caracterizada por su multidisciplinariedad, basada en la extravagancia creativa, que no se centra en una única forma de expresión sino que es capaz de manifestarse de casi cualquier forma artística. No es multidisciplinar en su esencia, si no en su contexto, sirviéndose de los nuevos medios y técnicas creativas, siendo capaz de expresar a modo de pintura, escultura, ready-made, cine, fotografía, diseño digital, instalación, collage, decoración, diseño, etc.

² Contexto sombrío y complejo, compuesto por una sociedad perdida y confusa.



Fig. 4 Jessica Harrison, 2014, *Painted Lady 12*. Fuente: http://www.glits.mx/wp-content/uploads/2016/04/Harrison_Paintedlady121.jpg



Fig. 5 Jessica Harrison, 2014, *Roberta*. Fuente: [http://www.jessicaharrison.co.uk/USERIMAGES/Jharrison_Roberta_01\(1\).jpg](http://www.jessicaharrison.co.uk/USERIMAGES/Jharrison_Roberta_01(1).jpg)

Considerando la definición que aporta Olalquiaga (2007) sobre el kitsch:

El kitsch no es más que una memoria suspendida cuya fugacidad se intensifica por su extrema iconicidad. A pesar de las apariencias el kitsch no es un bien de consumo, sino que habla de todo lo que dejó de ser, una imagen virtual que existe gracias a la imposibilidad de existir plenamente. Es una cápsula del tiempo con un billete de ida y vuelta para el dominio mítico: el mundo de los sueños colectivos o individuales. En él, durante un segundo o acaso unos cuantos minutos, reina una ilusión de plenitud, un universo carente de pasado y futuro, un instante cada aguda intensidad está en gran

parte predicada por su misma inexistencia. Este momento desesperadamente solicitado...tiene la experiencia consciente de una profunda añoranza, [...] placer de conexión total (pp. 23-24).

Se puede afirmar que hay una clara intención detrás de esa estética, ya que a pesar de ser un fenómeno asociado a la cultura de masas, eternamente infravalorado y juzgado de imitador, falso, excéntrico, vulgar y grotesco por esa inadecuación estética, lo que realmente hace el kitsch es hablar de todo lo que ya dejó de ser, reproduce los restos de lo que una vez fue, nutriéndose del presente pero transportando el peso ineludible del pasado. Relacionándose muy de cerca con la nostalgia y la melancolía, dando gran importancia a la capacidad creadora del que contempla en relación a su contexto social y personal. Lo que nos lleva a deducir que kitsch no es cultura de masas, ya que se sustenta de la sociedad de consumo para burlarse de ella, reivindicando y poniendo en manifiesto al capitalismo y el vacío que este deja en los individuos con su perpetua y aceptada alienación social. Además es una estética no adorada por las masas, más bien rechazada por ellas, debido a su estilo grotesco y al tratamiento exhibicionista que realiza de los temas tabú. Por lo que es algo mucho más subjetivo e individual, perteneciente más bien a la cultura popular, capaz de cambiar la perspectiva del que mira. Es decir capta al espectador a través del impacto que le causa la imagen, consiguiendo a través del rechazo emocional, expresar multitud de sentimientos internos del este, extrayendo al subconsciente su mayores deseos y temores. Lo que supone un verdadero goce estético, logrando conectar con la pérdida. Algo que explicaremos más adelante, en el momento de valorar la estética.



Fig. 6 Dukepope, 2006, *Digital Collage*. Fuente: <http://www.dukepope.com/collage.html>

Por otro lado, algunos teóricos no conciben cómo en un mismo periodo de tiempo una sociedad pueda producir simultáneamente muestras artísticas completamente distintas y por ello descalifican y apartan del mundo del arte a las representaciones más extravagantes y grotescas. Centrándonos en los planteamientos que oponen o intentan demostrar las diferencias entre kitsch y otras estéticas artísticas, nacidas de igual manera como respuesta a un contexto sombrío y convulso, cabe decir que son ideas erróneas. Ya que el kitsch no trata de destruir o degradar a otro tipo de arte, si no que surge por simple necesidad expresiva.

En el caso de las reflexiones sobre el enfrentamiento del kitsch con las vanguardias, como las de Clement Greenberg (1939: 15) que sostienen que “La vanguardia imita los procesos del arte mientras el kitsch imita sus efectos”. Dejando al kitsch relegado a ser un farsante, propio de la baja cultura, algo ordinario e incluso inmoral, rechazado por intelectuales y clase alta. Los mismos que por el contrario estiman el arte de vanguardia, como obras selectas propias de la alta cultura.

Oposición totalmente discutible, ya que tanto las vanguardias como el kitsch experimentan su expansión en la misma época (primeros años del siglo XX) coexistiendo como movimientos contestatarios, aliados de la revolución, al servicio de la transformación política, económica y cultural, mostrando de manera distinta la moralidad en decadencia de una sociedad en conflicto. Incluso podemos asegurar que al igual que el kitsch se nutre de las vanguardias, estas en muchas ocasiones tienen cierta esencia kitsch. Es más, fueron creaciones de las mismas vanguardias, como los ready-made de Duchamp, el Dadá de Bresson, el Surrealismo de Dalí o el Pop-art de Warhol las que en un primer momento también fueron rechazadas por su singular y excéntrico carácter, pero más tarde fueron valoradas, admiradas y finalmente consideradas parte del mundo del arte. Tras su aceptación, estas obras sirvieron de gran ayuda para cuestionar que es el arte y reconsiderar al kitsch como parte de este.

Algo parecido pasa con el postmodernismo y su supuesta rivalidad con el kitsch. La postmodernidad surge en la segunda mitad del siglo XX como movimiento que supone una nueva ruptura para el arte, la cultura, la filosofía y la literatura. Se origina como superación de un modernismo fallido, asumiendo el fracaso de las vanguardias y su imposibilidad de protección social ante el caos del momento. Constituyendo una época de cuestionárselo todo, instaurándose como revisión desencantada de la cultura, creando un discurso reflexivo para hacer visible el evidente desengaño de la realidad y fomentando por ello el individualismo. En las obras postmodernas se mezclan y reutilizan elementos con el fin de crear algo nuevo, empleando la nostalgia como tema creador. Logrando, a través de la mixtura, que los elementos encajen y la composición tenga sentido y verosimilitud. Rasgos que también corresponden con el kitsch, por lo que se puede establecer gran inexactitud a la hora de relacionar antagónicamente a ambos conceptos. Apoyándonos en Ilian (2002:1) que afirma que el kitsch está “Íntimamente vinculado al posmodernismo, por su dualidad básica que incluye lo sentimental y lo *ready-made*, así como el carácter popular y la falta de distanciamiento crítico”, es evidente que el kitsch pertenece al postmodernismo, no actúa como competencia ni está contra él, sino que al igual que las demás estéticas posmodernas en el kitsch, a pesar de expresarse a través de combinaciones de elementos dispares, aparentemente sin conexión entre ellos, estos se articulan y obtienen una identidad. Algo que para nada es casual.

Además, el postmodernismo junto con los medios de comunicación de masas, por su gran difusión y aceptación, son clave para permitir y fomentar el kitsch.

Cambiando de materia, pero siguiendo con las suposiciones o creencias que se mantienen en torno al término y con el objeto de poner de manifiesto y aclarar la perpetua confusión que existe entre lo camp y lo kitsch comenzaré por introducir la diferencia entre ambos conceptos a través de un párrafo contenido en un peculiar ensayo de Leopoldo Alas, llamado *Sinceramente kitsch* (1988):

La televisión es cursi, el cinemascope es kitsch; un guateque es cursi, una fiesta en Marbella es Kitsch; los Goya son cursis, los Oscar son kitsch; Cifesa es cursi, la Metro es kitsch; Simago es cursi, el Corte Inglés es kitsch; el Parque de Atracciones es cursi, Disneylandia es kitsch; lo blanco es cursi, lo negro es kitsch; la Torre de Pisa es cursi, el Empire State es kitsch; el amor es cursi, el sexo es kitsch; la lira es cursi, el dólar es kitsch; la policía es cursi, el ejército es kitsch; la guillotina es cursi, la silla eléctrica es kitsch; la Nochebuena es cursi, la Nochevieja es kitsch; el terciopelo es cursi, el cuero es kitsch; Nancy es cursi, Ronald es kitsch; el Capitán Trueno es cursi, Superman es superkitsch; Corín Tellado es cursi, Erica Jong es kitsch; la Preysler es cursi, La Pantoja es kitsch; la zarzuela es cursi, la ópera es de lo más kitsch; la tuberculosis es cursi, el SIDA es kitsch; la calculadora es cursi, el ordenado es kitsch; Montecarlo es cursi, Las Vegas es kitsch; el infernillo es cursi, el microondas es kitsch; el Danubio es cursi, el Mississippi es kitsch; [...] el psicólogo es cursi, el psiquiatra es kitsch; el cassette es cursi, el compact, compact-kitsch, una sonrisa es cursi, la carcajada es kitsch... (p. 18).

Basándome en las ideas que dejan clara la distinción entre cursi y kitsch con las que estoy de acuerdo con él, ya que por otro lado me encuentro muy en desacuerdo con su concepción sobre qué hay detrás del kitsch, se puede afirmar que no debemos confundir lo kitsch con lo cursi, a pesar de la sutil frontera que se establece entre ambos. Ya que aunque artísticamente el camp esté relacionado con el kitsch, poseyendo ambos rasgos comunes, como la exageración, la vulgaridad, a artificialidad, la representación de imágenes populares concibiendo nuevos conceptos y su sátira contra la cultura de masas, no son lo mismo, ya que:

Lo cursi trata de sustraerse a la muerte aferrándose a la vida de un modo sentimental y lamentable, refugiándose en un saloncito repleto de porcelanas de Lladró, puntillas y bodoques; lo kitsch temerario e inconsciente, en su terror a la muerte se arroja al abismo y la abraza, se identifica con ella y pacta (Alas, 1988: 17).

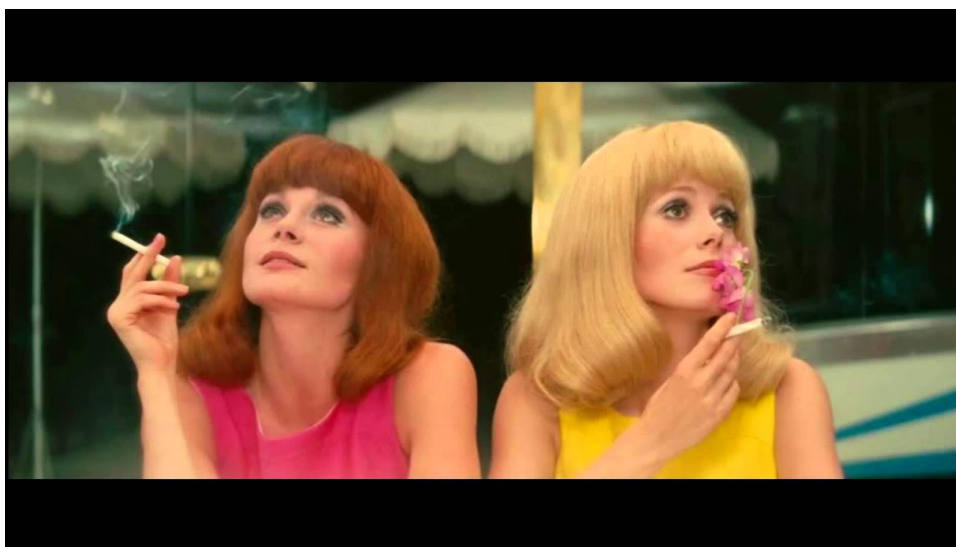


Fig. 7 Jacques Demy, 1967, Fotograma de la película *Les demoiselles de Rochefort*. Fuente: <https://i.ytimg.com/vi/mugj9s90Jx4/maxresdefault.jpg>

Lo camp surge muchísimo más tarde, como algo marginal desarrollado a partir del travestismo, fruto del postmodernismo en los años 80. Su origen etimológico proviene del francés *camper*, usada también en adjetivos anglosajones como *campy* o *cheesy* y tiene su significado en una sensibilidad estética de carácter afeminado, fundamentada en el exceso, el humor, la burla y la ironía, realizando duras bromas sobre crueles tragedias. Además trata sin ningún tipo de pudor el erotismo y la sensualidad. Es una falacia sincera, que a través del engaño se atreve a mostrar la realidad. Estéticamente, al contrario del kitsch, se muestra a su vez adorable y atractivo.

El *Diccionario Técnico Akal de Cine* (Konigsberg, I., Herrando, E. y López, F., 2004) define camp como:

Adjetivo aplicado a las obras de arte que resultan artificiales y exageradas pero que resultan atractivas y agradables. [...] Sus orígenes se remontan al siglo XVIII, con creaciones culturales como la novela gótica y las ruinas artificiales. Desde entonces ha formado parte característica de la cultura popular. El siglo XX ofrece abundantes ejemplos de lo camp, comenzando por el cine y los números musicales de Busby Berkeley, las películas americanas de Von Sternberg protagonizadas por Marlene Dietrich y los filmes de terror producidos por Universal en los años 30 (p. 74).

Además, Susan Sontag, escritora estadounidense caracterizada por aportar siempre un punto de vista diferente, aborda lo camp desde una perspectiva cultural como “una sensibilidad que convierte lo serio en frívolo”, en su ensayo “Notas sobre lo camp” que se encuentra dentro de su libro *Contra la interpretación* (1964). En éste, expone ciertas valoraciones que ayudan a entender más a fondo el término y a evidenciar su diferencia con lo kitsch: “El camp afirma que el buen

gusto no es simplemente buen gusto; que existe en realidad un buen gusto del mal gusto. [...] Lo que hace es encontrar el éxito en ciertos apasionados fracasos” (p. 320). Indica que “percibir lo camp en los objetos y las personas es comprender el Ser- como- representación-de-un-Papel. Es la más alta expresión, en la sensibilidad, de la metáfora de la vida como teatro” (p. 308). Además reitera que la sensibilidad camp se encuentra:

Abierta a un doble sentido, [...] la diferencia entre la cosa en cuanto significa algo, cualquier cosa, y la cosa en cuanto puro artificio. [...] Seducir de determinado modo: un modo en que se emplea amaneramientos extravagantes, susceptibles de una doble interpretación: gestos llenos de duplicidad, con un significado divertido para el conocedor, y otro, más impersonal, para los extraños (p. 309).

Y también afirma que “ Lo camp se apoya en la inocencia. Esto quiere decir que lo camp desvela la inocencia, pero también, cuando puede, la corrompe” (p. 311).

Con todo ello, Sontag sostiene que lo camp es simplemente, “una sensibilidad que cristaliza en una idea” representando lo despolitizado, andrógino, artificial, superficial, ambiguo, ingenuo, inocente extravagante y falto de seriedad.

Podemos observar la clara diferencia entre lo camp y lo kitsch en las imágenes expuestas a continuación. La primera fotografía con estética camp de Carmen Miranda, perteneciente a la película de 1941 de Irving Cummings, *That Night in Rio*. Y la segunda absolutamente kitsch, donde aparece Divine en la película *Pink Flamingos* (1972) de John Waters.



Fig. 8 Carmen Miranda, 1941, *That Night In Rio*, Fuente: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/d8/c5/aa/d8c5aa663f5d197a321f823d73b35866.jpg>

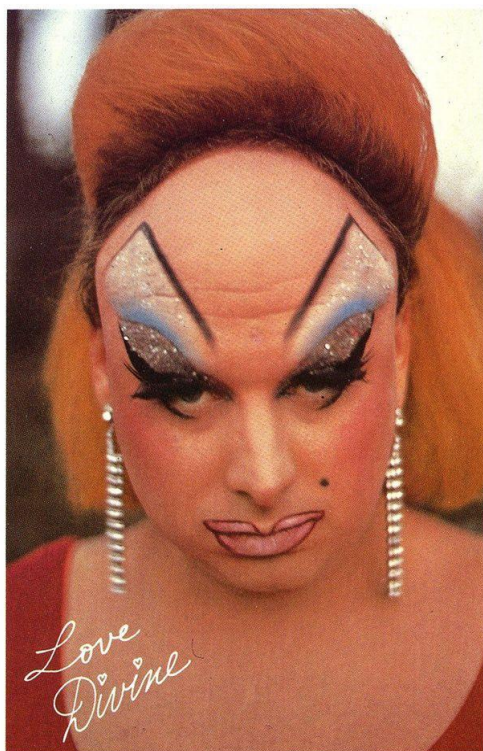


Fig. 9 Irvine, L., 1972, *Divine in John Waters' Pink Flamingos*. Fuente: <http://wowoon.com/pin/divine-in-john-waters-39-pink-flamingos-1972-photo-lawrence-irvine-pin-up-photos-divine-gay-heroes-pink-flamingos-john-waters-waters-gang-drag-queen-halloween-ideas-classic-men.html>

2.1.1. EL KITSCH EN ESPAÑA

Contextualizando la presencia del kitsch en España cabe situar su aparición, -cómo no- en un ambiente complejo y agitado, en los primeros años de la transición española, tras la muerte de Franco en 1975. Entorno en el que se fraguaba un Estado social y democrático de derecho, conducido por una constitución que dejaba atrás el fin del régimen dictatorial y permitía un descubrimiento internacional de nuevas fronteras a nivel político, social, cultural y artístico. Lo que dio pie a que las nuevas generaciones de jóvenes, especialmente los afincados en Madrid, comenzaran a nutrirse de todo lo desconocido hasta el momento, apropiándose de una estética *underground*, explotando una cultura hasta entonces reprimida. Originando una liberación cultural e ideológica, llevada a cabo gracias a los medios de comunicación y al auge turístico experimentado en nuestro país en esa época, que desemboca en la llamada *Movida madrileña*, movimiento contracultural marcado por la libertad y el arte, comprendido entre 1977 y 1982. Subcultura que se expresa a través de la exageración y el exceso de forma natural revelando los traumas, tensiones y miedos del contexto, floreciendo indudablemente impregnado de kitsch y englobando a la música, la literatura, la prensa, las editoriales, los establecimientos, la televisión, la fotografía, la pintura y la moda. Como bien expone Varderi (2015) en España el kitsch se encuentra:

Fluctuando entre lo que se pretende y lo que se es, pero se expone siempre con mucho desparpajo, para borrar cualquier sombra de duda en cuanto a quien tiene la verdad y se corresponde, por supuesto, con el productor consciente o inconsciente de dicha estética (p. 163).

Afirmando además que:

En los años ochenta, la *Movida madrileña* hizo del kitsch su mejor tatuaje. Como fin para huir del conformismo dominante. [...] Memoria de una época y de un yo, dónde la decadencia del ser y la cadencia del parecer se alzan contra las convenciones y el establishment (p. 167).



Fig. 10 Almodóvar, P., 1988, *Mambo Taxi*, Fotograma de la película *Mujeres al Borde de un ataque de nervios*. Fuente: <http://pics.imcdb.org/0is328/peugeot505bev9.5097.jpg>



Fig. 11 Almodóvar, P., 1988, *Mambo Taxi*, de la película *Mujeres al Borde de un ataque de nervios*. Fuente: http://cineplex.media.baselineresearch.com/images/270356/270356_full.jpg

De esta manera, partiendo de una nación a la deriva, siempre en continua transformación con un pasado imperial, republicano, fascista, socialista y actualmente neoconservadorista, realizando una “degradación de los valores autóctonos” (Varderi, 2015: 159) y sirviéndose de su capacidad seductora, el kitsch crea entornos artificiosos a través de la descontextualización y la sensación nostálgica por lo perdido. Obras que exaltan o se burlan de símbolos y valores patrios, consiguiendo obtener unas características castizas propias, contenidas tanto en la forma como en el fondo de las obra. Siguiendo a Varderi (2015):

En el caso de España podemos decir que existe un kitsch ibérico que recoge lo más sustancioso del ser español para consumo interno y exportación (lo castizo se apropia del foráneo canibalizándolo). [...] Esos símbolos de épocas pasadas son incorporados por el arte, literatura y

cine contemporáneos buscando deconstruir el carácter adoctrinador y amenazado que una vez tuvieron para el pueblo (pp. 159-160).

Destacando entre los artistas de la época de la *Movida* con creaciones de naturaleza kitsch al fotógrafo Pablo Pérez-Domínguez, los artistas plásticos Costus (Enrique Naya y Juan José Carrero), al cantante, actor y artista plástico Fabio McNamara, al argentino Juan Gatti, fotógrafo, diseñador y artista plástico que ha desarrollado la mayor parte de su obra en España, a pesar de no ser considerado artistas kitsch podemos ver la esencia de esta estética sobre todo en su cartelería de cine y portadas de discos. También cabe destacar al director español que mejor ha sabido crear y vender kitsch, Pedro Almodóvar, ya que gran parte de sus películas gozan de esa estética desmesurada que roza lo grotesco, como forma de expresión y de transmisión de ideas, pensamientos y personalidades, como *Pepi, Luci, Bom y otras chicas del montón* (1980), *Laberinto de pasiones* (1982), *Mujeres al borde de un ataque de nervios* (1988), *¡Átame!* (1990), *La flor de mi secreto* (1995) entre otras.



Fig. 12 Juan Gatti, 2008, Cartel *Baile de la Rosa de Mónaco*.³ Fuente: <http://www.dimeic.com/juan-gatti/>

³ Invitación por Juan Gatti para el Baile de la rosa de Mónaco de 2008, organizado por su casa real y protagonizado en esta ocasión por referentes de la *Movida* madrileña.

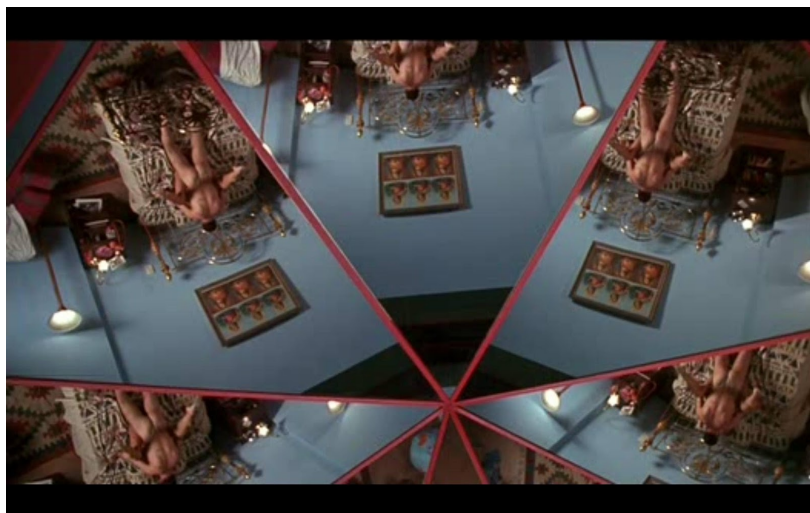


Fig. 13 Pedro Almodóvar, 1990, Fotograma de la película *¡Átame!* Fuente: Captura propia

Cabe mencionar a la artista, fotógrafa y poeta Ouka Leele, que no está catalogada como kitsch pero alguna de sus obras tienen una estética muy cerca de este, creando imágenes a partir de la combinación de influencias pop, surrealismo y clasicismo. Un claro ejemplo es la fotografía realizada para el programa de telebasura *Sálvame* por su 5º aniversario, con trasfondo y apariencia kitsch, llena de desmesura, excentricidad, colorido e iconografía varia, inspirada en las estampillas de dioses de la mitología hindú.



Fig. 14 Ouka Leele, 2014, Fotografía *Familia Sálvame*. Fuente:
http://www.formulatv.com/images/fgaleria/42500/42513_protagonistas-salvame-retratados-ouka-leele-motivo-quinto-aniversario.jpg

En España, actualmente podemos observar diferentes artistas pertenecientes a las nuevas generaciones que encajan en la estética debido a haber crecido en un contexto socio-cultural muy diferente al de los ochenta, pero de igual forma lleno de confusión, incertidumbre y en continuo cambio. Señalando a artistas como Eduardo Casanova, Juan Sánchez Porta, Artefacto, Kitschineess, Mis Nina, entre otros, que serán posteriormente analizados más a fondo.

CAPÍTULO III
CARACTERÍSTICAS DEL KITSCH

3.1. CARACTERÍSTICAS DEL KITSCH

Como ya hemos mencionado anteriormente el kitsch no tiene características definidas e identificables concretas, ya que es una estética en continua transición, que se adecua a cada momento y contexto de representación. A pesar de ello sí que podemos reconocer la estética principalmente por sus excesos, colores intensos y mezclas de todo tipo, dando como resultado obras anárquicas de aura armónica y equilibrada en la que conviven elementos de la “alta cultura”⁴ con iconos populares.



Fig. 15 Lachapelle, D., 2003, *Jesus is my Homeboy*. Fuente: http://prod-images.exhibite.com/www_lachapellestudio_com/DLC_JESUS_HOMEBOY_LASTSUPPER_WIDE_MPR_03_70023.jpg

Son muchos los teóricos que tratan de clarificar las características propias de la estética, como Moles, en su libro *El arte de la felicidad* (1971: 70-77) dedicado al kitsch, donde afirma que para él, esta tendencia representa una “relación alienada con los objetos, acumulados, heterogéneos, disfuncionales y sedimentados, aunque con una evolución hacia el consumismo neo-kitsch, y también con aspectos positivos”. Tras esto y basándose en la propuesta de Engelhardt y Killy sobre los factores latentes que se encuentran dentro del kitsch, expone cinco principios básicos para identificar una obra de esta esencia:

1. **Principio de inadecuación:** desviación permanente de la función real que debería cumplir. Distancia en relación con el realismo. Reemplaza lo puro por lo impuro. Aplica sobredimensionalización o subdimensionalización del objeto. Concepción distorsionada.
2. **Principio de acumulación:** abarrotamiento y frenesí. Amuebla el vacío con sobrecarga. No nos deja indiferentes nunca. Característica de otros estilos como el manierismo o el rococó.
3. **Principio de sinestesia:** se realiza con el de acumulación, tomando la mayor cantidad de canales sensoriales simultáneamente o de manera yuxtapuesta.

⁴ Entendiendo como “alta cultura” o *High culture* a esos productos u obras artísticas y culturales elitistas, de gran prestigio y sofisticación. En oposición a la baja cultura, popular y de entretenimiento.

CARACTERÍSTICAS DEL KITSCH

4. **Principio de mediocridad:** Es su tragedia. Se opone a la vanguardia y permanece como un arte de masas. Por su mediocridad los objetos alcanzan lo auténticamente falso, adquirido por un consumidor que se cree superior desde que los juzga. La mediocridad es la que los reúne y los funde en un conjunto de perversidades estéticas, funcionales, políticas y religiosas.
5. **Principio de confort:** muy relacionado con la cultura burguesa, mostrando la inadecuación e irracionalidad como rasgos esenciales del kitsch.

Además Moles (1971: 52-58), también afirma que las formas de los objetos kitsch cumplen con frecuencia cuatro propiedades:

1. **Las curvas** que marcan los contornos y los elementos, se encuentran ligadas entre sí de modo progresivo y sin discontinuidad, opuestas a la “concha”, signo distintivo del barroco puro.
2. **Rara vez contienen grandes superficies ininterrumpidas.** Generalmente las superficies se cubren con representaciones, símbolos u ornamentos (principio de acumulación y decoración). Ornamento como regla imperativa de la creación, con frecuencia siguiendo movimiento muy figurativo.
3. **Los colores son un elemento intrínseco** de la Gestalt kitsch. Los contrastes de colores puros complementarios, las tonalidades de los blancos, el pasaje del rojo al rosa bombón fondant, al violeta, a los lilas lechosos, las combinaciones de todos los colores del arco iris que se mezclan unos con otros, rasgo esencialmente kitsch. (Palacio de Dolmabahçe en Estambul, Castillo de Valea Peleş es un palacio situado en Sinaia, Rumania). Proscritas ciertas alianzas de sentimientos.
4. **Los materiales empleados rara vez se presentan tal cual son.** La madera imita mármol, el plástico se adorna con motivos de fibras incorporada, el zink se broncea, el bronce se transforma en dorado... Es decir lo materiales se disfrazan, se reemplazan unos por otros, se transforman. Habitualmente también sufren distorsiones, a través de la modificación de tamaños –gigantificación o reducción–.

Por otro lado, no tanto como características del estilo como tal, sino más bien rasgos de los espacios kitsch, Flores, J., Balderrama, C., y Aguilera, G. (2016: 102) sostiene que hay diferentes tipos de ambiente kitsch, los cuales “reúnen los elementos para crear su propia obra y la convierten en fuente de goce estético”. Establecen seis niveles de espacios kitsch:

- **Corporal:** alteraciones del cuerpo incluyendo tatuajes, maquillaje, piercing, cortes y tintes de cabello, etc.
- **Vestimenta:** toda la ropa y adornos como aretes, pulseras, collares, etc.
- **Lúdico:** productos como música, baile, lectura y cine.
- **Entorno:** espacio vital así como casa y trabajo.
- **Lenguaje:** adaptación de palabras de otros idiomas a lenguaje diario, así como modificación de palabras cotidianas, asimismo se incluye la entonación.
- **Ceremonial:** productos sincréticos de fiestas y ceremonias de acuerdo a la cosmovisión del usuario y/o creador.

Estando más o menos de acuerdo con algunos de los principios y características que los estudiosos proponen, basándome en algunos de ellos junto con mis propias conclusiones, planteo a continuación las características esenciales que encontramos en cualquier obra o representación kitsch:

3.1.1. EXAGERACIÓN.

Toda composición kitsch se caracteriza por un uso desmesurado de los elementos de forma irónica, tanto su parte visual como simbólica. Explora las formas desde cierta exageración barroca, con exceso en la ornamentación, consiguiendo llevar los objetos/sujetos fuera de su contexto, obteniendo como resultado extrañas y extravagantes composiciones.

Frecuente uso de repeticiones, no deja hueco al vacío, abarrotando los espacios con diferentes formas y figuras. Empleando de forma extrema colores brillantes, pasteles, chillones y dorados, los contrastes, los ornamentos vegetales, las flores, etc.

Sus obras se presentan sobrecargadas, concebidas a partir del estudio de los valores existentes, transformando y llevando al extremo sus significados, diseños, colores e interpretaciones.

Esta exageración barroca lleva también a una sensación de *horror vacui*, donde todo está poblado de objetos y referencias, donde no hay espacio vacío. Podría hablarse de un barroco kitsch, o decir que el kitsch es una suerte de barroco.



Fig. 16 Jeff Koons, 2013, *ART POP*, Portada álbum Lady Gaga. Fuente: <http://www.jeffkoons.com/sites/default/files/artwork-images/artpop-ladygaga.jpg>

3.1.2. MEZCLA.

La estética del exceso se compone a partir de elementos aleatorios, sin ninguna relación aparente entre sí. Combina imágenes de todo tipo, nutriéndose de diferentes culturas, épocas, ideologías, símbolos y estilos artísticos, creando obras cargadas de intertextualidades (rasgo postmodernista).

Tiende a compaginar piezas distinguidas con populares, lo natural con lo artificial unidos a través de exponer flora y fauna disecadas o producidas de forma artificial, emplea iconografía religiosa con profana, trata temas clásicos a través de nuevos medios, une estilos como el barroco, rococó, dada y pop, formando interrelaciones artísticas y alcanzando composiciones únicas, reafirmando de esta manera su inadecuación y choque estético.

Es decir, el kitsch constituye una amalgama en la que todo vale, diferentes materiales, colores, texturas y formas todo mezclado y combinado. Materiales falseados, estancias llenas de adornos y colorido, charol, pelo, purpurina, raso, *animal print*, etc.

Transposición de imágenes, valores y significados, dotándoles de un nuevo aura, consiguiendo darles una nueva interpretación, los recrea con el objeto de hacernos conscientes de algo. Es un hipertexto que mezcla géneros y técnicas, ya que en muchas ocasiones la propia conjugación se encuentra en las técnicas utilizadas, dando como resultado obras que no son únicamente plásticas, digitales, esculturales, etc., sino que encontramos un conjunto de todo ello.

La mezcla genera una combinación a priori extraña, pero en la que todo termina por encajar, como piezas de diferentes puzzles, como un collage, un pastiche, como un ejercicio posmoderno, donde retales de diferentes realidades terminan por configurar una nueva y válida, coherente desde el punto de vista estético.

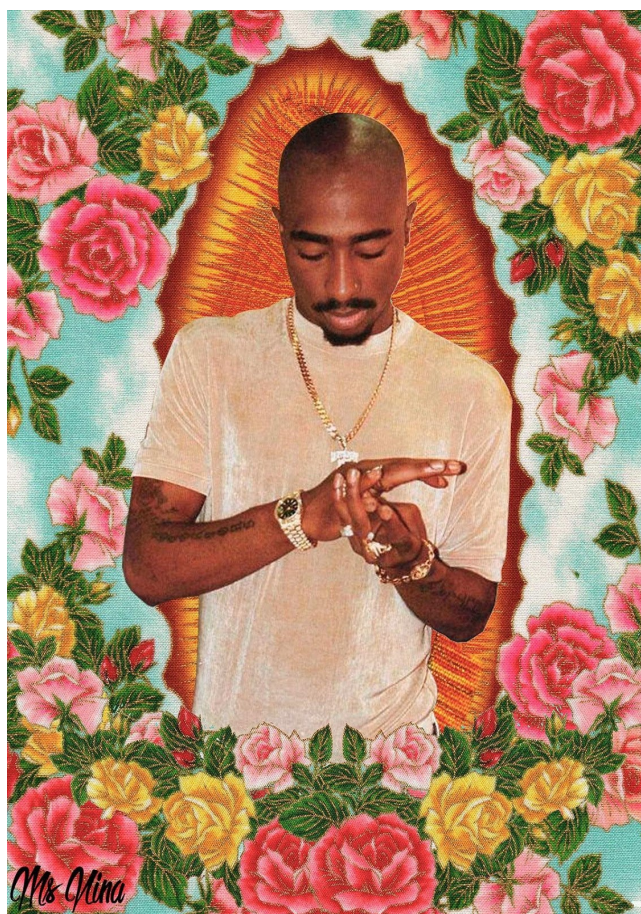


Fig. 17 Ms Nina, 2013, *Reza por mí*. Fuente: <https://www.instagram.com/p/7nosFlpaO/>

En relación a la agrupación de objetos, Moles (1971: 61-63) establece varios tipos según sea la composición:

- **Criterio de amontonamiento:** objetos amontonados sin restricción en un volumen espacial de superficie restringida, donde las “zona propia” de cada objeto comienza a tocarse con las demás, dando como resultado una “presión kitsch”.
- **Criterio de heterogeneidad:** los objetos reunidos carecen de relación entre sí, provocando un *surrealismo* combinatorio *inconsciente*.
- **Criterio de anti-funcionalidad:** los objetos de todos los tamaños y formas se reúnen por *agrupamiento espontáneo* con carácter de sedimento.
- **Criterio de autenticidad kitsch:** la disposición provoca una idea de sedimentación. Rara vez es producto de una intención deliberada, ya que al igual que ocurre con el trabajo de un decorador, una acumulación triunfante implica un lento desarrollo.

3.1.3. APARIENCIA.

A pesar de toda esa exageración y mezcla el kitsch consigue exhibirse siempre a través de formas cuidadas, elegantes y glamorosas, rozando lo idílico. Esto sucede por la introducción de imágenes, iconos u objetos de corte elitista, logrando esa apariencia de lujo a través de la imitación, por la utilización de algunos materiales que simulan el aspecto de piezas lujosas sin serlo (como objetos dorados que imitan oro, elementos de plástico que imitan mármol...) dotando a las obras de cierta ostentación y sensación de riqueza. La combinación de estos con símbolos pop, consiguen provocar ese aire artificioso y ficticio que evoca un aspecto hortera y pasado de moda.

También se puede observar ambigüedad en cosas que parecen lo que no son, o figuras que no son lo que parecen, de manera que se genera cierto desconcierto y un juego con el espectador, que a veces no está seguro de lo que está viendo. Los marineros –personajes tradicionalmente caracterizados como rudos, muy masculinos–, aparecen por ejemplo en las fotografías de Pierre et Gilles, o en algunos anuncios como los de J. P. Gaultier, como personajes feminizados y ambiguos.

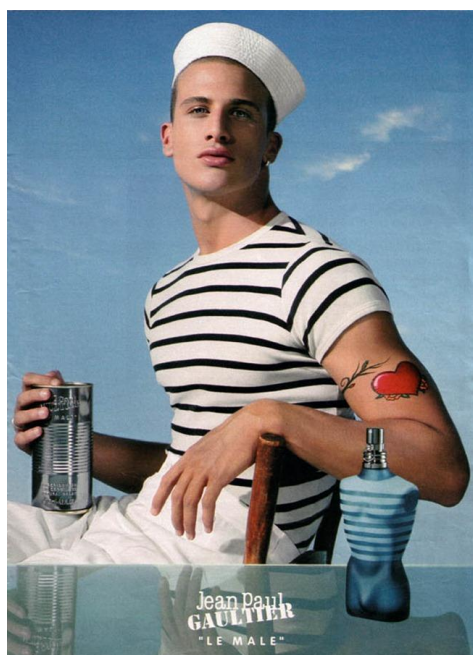


Fig. 18 Gaultier, J.P., 2001, Campaña perfume *LE MALE*. Fuente: <http://www.thefashionisto.com/wp-content/uploads/2016/02/Jean-Paul-Gaultier-Fragrance-Campaign-Le-Male.jpg>

CARACTERÍSTICAS DEL KITSCH

La elección de los elementos y su disposición dentro de la obra consiguen resultados atractivos, en gran parte debido a esa fachada exótica construida a partir de la utopía, utilizando símbolos que reproducen personajes famosos, novelescos, mitológicos y fantásticos, propios de películas, leyendas o cuentos (como son las sirenas, los enanos, las princesas o los unicornios).

Sugiere una distorsión de la realidad provocada por esa nostalgia que nos aporta y nos lleva a momentos pasados, en el kitsch todo queda congelado, suspendido en el tiempo, consiguiendo dotar a la obra de cierto aire surrealista.



Fig. 19 Pierre et Gilles, 1997, *La Sirene et le Marin*; Fuente: https://scontent-mad1-1.xx.fbcdn.net/t31.0-8/823382_171504119716311_1104798532_o.jpg



Fig. 20 Pierre et Gilles, 1991, *La Voyante*, Fuente:

https://www.accaonline.org.au/sites/default/files/800_Pierre%20et%20Gilles%20postcard_La%20Voyante_Marie%20France1991-1_0.jpg

Rasgos que se encuentran en cualquier obra, objeto o situación kitsch, llegando a conectar con cierta facilidad con el espectador, ya que presenta figuras reconocidas por todos, logrando cautivarnos por su excentricidad. Ya que a pesar de sus potentes y desconcertantes características, se obtiene como resultado composiciones extravagantes pero de sentido completo.

Cabe decir que a simple vista podemos establecer una serie de rasgos propios de la estética, pero realmente, desde una perspectiva crítica se ve mucho más allá. Es decir, estas características omnipresente son únicamente el exterior de profundas reflexiones sobre el contexto en el que vivimos y nuestra forma de asumirlo a través del consumismo, la falta de valores y el conformismo social.

CAPÍTULO IV

PRESENCIA DEL KITSCH EN ALGUNOS ARTISTAS CONTEMPORÁNEOS

4.1. PRESENCIA DEL KITSCH EN ALGUNOS ARTISTAS CONTEMPORÁNEOS

Desde su universalización, a partir de la primera mitad del siglo XX, han surgido multitud de artistas que realizan obras con este tipo de estética, pero muy pocos han sido valorados y han podido permitirse vivir de ella. Entre los más reconocidos mundialmente destacan: Jeff Koons, David LaChapell, Russ Meyer, Takashi Murakami, John Waters, Pierre y Gilles, Duke Pope, Jessica Harrison y Soasig Chamaillard entre otros. Señalando entre ellos artistas afincados en España como el cineasta Pedro Almodóvar, el fotógrafo y artista plástico Juan Gatti y el fotógrafo Pablo Pérez-Mínguez. Y otros no tan célebres como: Ms Nina, Eduardo Casanova, Artefacto, Juan Sánchez Porta y Kitschiness.

Los artistas kitsch crean como forma de expresión necesaria, totalmente pura y subjetiva. El atractivo de estas obras reside no tanto en la técnica, si no en la idea, por ello pueden ser creadas tanto por un artista consagrado como por uno novel, eso es indiferente, lo importante en el kitsch es la ética, su trasfondo y reivindicación que va detrás y que no todo público es capaz de llegar a percibir. Quizás, como en cualquier creación artística, no todos puedan llegar a apreciar y conectar con la obra, pero gracias a la exhibición de iconografía popular y al complejo uso de signos universalmente reconocidos logra causar un interés particular, no dejando indiferente a nadie.

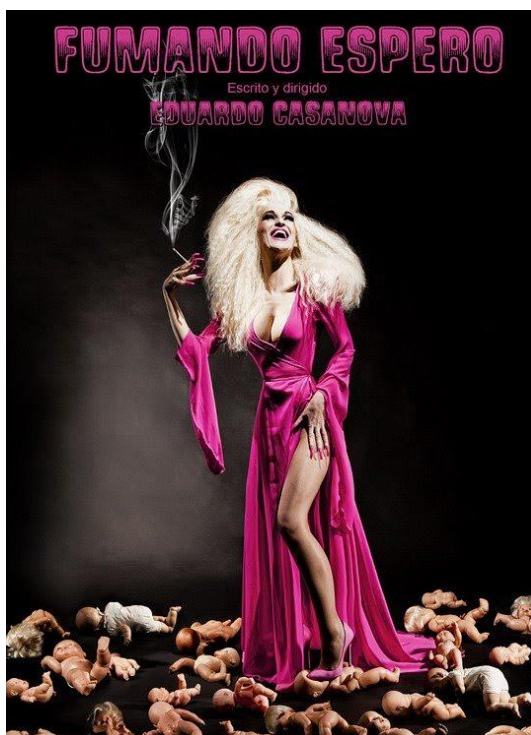


Fig. 21 Casanova, E., 2013, Cartel cortometraje *Fumando espero*. Fuente: <http://eduardocasanova.es/es/cortos/fumando-espero/images/galeria/carteles/02.jpg>

Tras investigar en profundidad un sinfín de piezas y artistas kitsch, y después de adentrarme y analizar detenidamente las respuestas obtenidas de los cuestionarios realizados a varios artistas de la estética, me he dado cuenta de que sus autores, los cuales por lo normal no realizan únicamente obras kitsch, no eligen (como tal) esta opción estética, sino más bien es ella quien les elige. Es decir, no creo que ellos mismos decidan hacer kitsch, si no que les sale natural, quizás por su personalidad y por el contexto en el que viven y se han criado, pero lo cierto es que no es predeterminado. Es puramente espontáneo. Tanto que los propios artistas se sienten literalmente “yonkis del kitsch” (Kitschiness, 2016, entrevista propia).

Esta estética parece llegar a ellos de forma casual e involuntaria, pero a pesar de ello no es algo únicamente ornamental, sino que necesariamente supone una crítica, una protesta sutilmente enmascarada que pretende alcanzar al espectador desde el interior, partiendo de sus pulsiones más profundas. Por eso es de gran importancia la capacidad creadora del receptor y su contexto social y personal, dependiendo de éste el kitsch le abordará en mayor o menor medida, siendo única su reflexión ante la cuestión que pretende reivindicar la obra.

Con el objetivo de aportar algo nuevo, explorar y valorar artistas “anónimos”, tratando de evitar el persistir analizando artistas populares ya reconocidos por esta estética, he decidido contribuir con una visión más amplia y ejemplificar todos los rasgos y características esenciales de la estética a nivel global centrándome en la obra de tres artistas contemporáneos, de diferente origen, aún no popularizados internacional y masivamente. Los cuales, a pesar de realizar trabajos totalmente distintos tienen una esencia común, el kitsch.

4.1.1. KATIE DUTCH

Katie Dutch es una artista nacida en 1979 en Sidney (Australia). Se define a ella misma como: “Collector of Antique Paper and Collage Artist” (Dutch, 2015, perfil de Instagram). Es una autora desconocida, ya que a pesar de tener más de mil obras subidas a su Instagram, a al cual siguen casi cuarenta mil personas, no hay nada escrito sobre ella en todo internet. No obstante mi interés por su trabajo va más allá de conocer su información básica, por lo que trato de analizar sus imágenes y estilo aunque no conozca su biografía.



Fig. 22 Dutch, K., 2013, *Selfie*. Fuente: <https://www.instagram.com/kitscheart/>

Dutch crea collages digitales partiendo de creativas y aleatorias ideas, utilizando personajes y elementos del imaginario cultural popular, sacadas de obras de arte, películas, famosos o hitos muertos, y en muchas ocasiones usándose a sí misma como protagonista de las obras.

Llegue a ella a raíz de comenzar a investigar sobre el kitsch, ya que sus obras se exponen en su perfil personal de Instagram llamado @kitscheart, al descubrirla percibí de inmediato su

extraordinario talento creador de imágenes llenas de fuerza, que interpelan al espectador por su iconografía, exceso y riqueza visual. En sus obras mezcla elementos, personajes, formas y materiales de todo tipo, las llena de color, ornamento e intertextualidades. Descontextualizando y mezclando los diferentes objetos, individuos o imágenes de artistas que no tienen nada que ver entre sí, concibiendo obras maestras dotadas de gran personalidad.

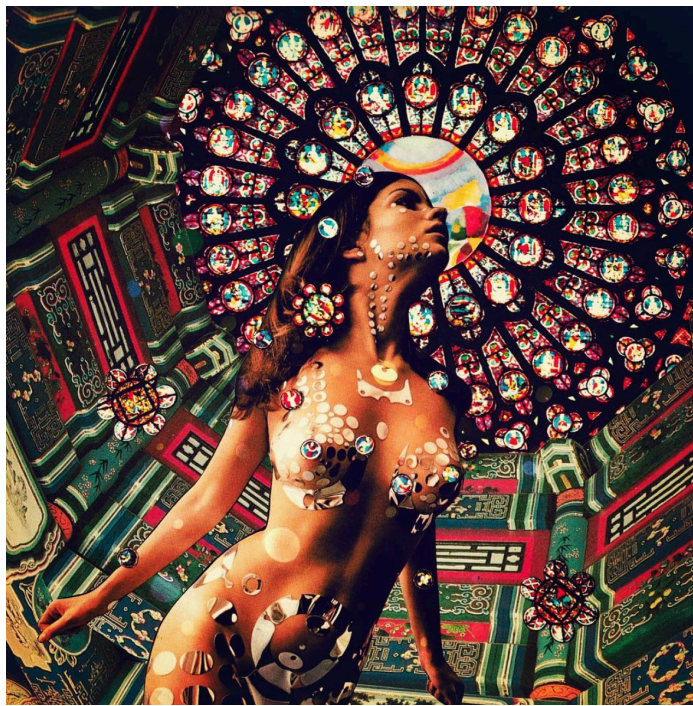


Fig. 23 Dutch, K., 2013, *Transcend*. Fuente: <https://www.instagram.com/kitscheart/>

Sus trabajos son totalmente diferentes unos de otros, pero a pesar de ello todos tienen esa esencia kitsch en común, utilizando de forma frecuente tonos oscuros, granates y dorados, pero cargados de brillo, modificando la apariencia de los elementos y logrando ese aura mágico, embriagador y casi ilusorio. Es muy habitual encontrar en sus obras ornamentos vegetales, imágenes de naturaleza, personajes fantásticos, geometría, referencias a la muerte y a la vida, menciones a los medios de comunicación, tanto clásicos como modernos, y la mujer como absoluta protagonista. Creando con todas esas piezas imágenes repletas de excesos, totalmente saturadas y colmadas de elementos, empleando objetos y cuerpos fragmentados y fusionados unos con otros, alcanzando cierta siniestralidad seductora. Dando como resultado una amalgama de figuras, a veces apenas reconocibles a simple vista, dispuestas de manera alocada pero con sentido, consiguiendo obtener entornos oníricos creados a partir de composiciones bellas y equilibradas que transmiten variedad de ideas, conceptos y sensaciones.

4.1.1.1. DO NOT 'FUNK' WITH FRIDA



Fig. 24 Dutch, K., 2015, *Do Not 'Funk' with Frida*. Fuente: <https://www.instagram.com/kitscheart/>

Do Not 'Funk' with Frida es un collage digital realizado en 2015 por Dutch, originado a partir de un icono del arte contemporáneo como es Frida Kahlo, representada a modo de divinidad reposada en el centro de una capilla, sobre el altar, presentando semejanzas con el estilo Barroco. Se manifiesta superpuesta sobre una imagen religiosa, con una aureola celestial, dorada y extremadamente exagerada, alrededor de su cabeza, en la que reposa un tocado de flores, y un manto granate de terciopelo con encajes, característico de las Vírgenes, saliendo a ambos lados de sus hombros.

Frida aparece simbolizada de forma sublime y aspecto idílico, transmitiendo sensación de serenidad y grandeza. Su rostro se muestra excesivamente bello, con un tercer ojo en su frente representado el conocimiento, el despertar de la conciencia, la capacidad de ver más allá. Y sus brazos se encuentran rodeando un globo terráqueo, sugiriéndonos que posee el mundo.

En torno a ella, envolviéndola observamos una bóveda dorada, de aspecto barroco, compuesta por techos, paredes y columnas repletas de detalles en relieve, mientras que al fondo, nos encontramos con un cielo oscuro, casi negro, iluminado alrededor del halo. Sobre este se perciben unos sugerentes labios rojos.

Con todo ello, Dutch logra crear, partiendo de la fusión de un icono popular con iconografía religiosa, una imagen de apariencia extravagante, ostentosa y recargada, llena de simbología, ambigüedad, dobles sentidos y artificio, dónde el límite entre la realidad y lo imaginario se ve difuso.

La mezcla en esta imagen es absolutamente evidente, además de reunir gran cantidad de materiales, elementos y colores consigue alterar los valores y significados del imaginario colectivo, ya que combina lo natural con lo artificial, lo místico con lo religioso, lo monstruoso con lo divino, uniendo todo ello en una composición kitsch equilibrada y muy atractiva, de gran riqueza compositiva.

4.1.1.2. RANDOM GOLD POP ART



Fig. 25 Dutch, K., 2016, *Random Gold Pop Art*. Fuente: <https://www.instagram.com/kitscheart/>

Random Gold Pop Art es un collage digital creada por Katie Dutch en 2016, donde combina de forma efectiva e impactante distintos referentes populares, siendo capaz de no dejar indiferente a nadie.

Obra extravagante, indiscutiblemente postmoderna, en la que las intertextualidades son evidentes, ya que para crear la imagen emplea: la obra que hizo tambalear el concepto de arte, *La fuente* (1917) de Marcel Duchamp, obra ready-made perteneciente al Dadá, la cual se encuentra en el centro de la composición, totalmente transformada. Utilizando para ello la emulación de materiales, haciendo que una pieza originalmente de cerámica simule un aspecto metálico bañado en oro con acabado brillante. Ésta, contiene en su interior, por un lado la escultura de porcelana *Michael Jackson and Bubbles* creada por Jeff Koons en 1988, perteneciente a la serie *Banality*. Con esta pieza absolutamente kitsch, Koons pretendía reflejar la explotación masiva que los medios de comunicación estaban haciendo de la vida personal y profesional del cantante. Unificando a su lado la figura de Michelle Pfeiffer interpretando a la atractiva Elvira Hancock en la película de gangsters *Scarface* de Brian de Palma (1983).

Representación totalmente artificiosa, donde el máximo protagonista es el color dorado que cubre por completo las prendas de los sujetos, concediéndole a la obra una apariencia de ostentación y riqueza.

Todo ello sobre un fondo geométrico de colores intensos, haciendo uso del azul, rojo, amarillo, verde y violeta, amalgamados transmitiendo sensación de profundidad, destacando las figuras antes mencionadas en tonos dorados.

Además de la mezcla de todos estos símbolos, colores y elementos, este collage consigue confundirnos entre lo que es real y lo que no, usando la imitación de texturas a través del retoque fotográfico, mezclando fotografía, escultura e ilustración.

Dutch combina estos símbolos culturales de una forma espectacular, logrando, a partir de la descontextualización y la transposición de valores, una composición homogénea, a simple vista extraña que llega a fascinar por el tratamiento y la forma en que utiliza y distribuye los elementos. Sugiriendo, a través de toda esa exageración, un ambiente kitsch absolutamente ficticio y cautivador, que provoca un fuerte choque estético, evocando momentos pasados y transmitiendo esa nostalgia que nos conecta con la pérdida.

4.1.1.3. BULLFIGHT



Fig. 26 Dutch, K., 2016, *Bullfight*. Fuente: <https://www.instagram.com/kitscheart/>

Bullfight es un collage digital realizado por Katie Dutch en 2016, en el que se exponen ciertos rasgos de la cultura tradicional de nuestro país.

En la escena podemos observar representados de forma antropomórfica a un hombre y una mujer, ambos con cabeza de corazón, tres ojos y cuernos de toro, simulando una escena taurina en el interior de una sala del *Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía* ante la significativa obra cubista que encarna los bombardeos de la Guerra Civil española: el *Guernica* de Pablo Picasso (1937).

Lamina en tonos grises, destacando como máximo protagonista el rojo intenso, que se encuentra en las cabezas de corazón y cubriendo el cuerpo medio desnudo de la mujer, la cual se escenifica de forma muy sexy, vestida con chaleco, pezoneras decorativas, fajín, del que cuelga una especie de banderilla, ligas y medias. Aparece muy rígida, de puntillas en posición de ataque, representando al matador del espectáculo en el momento de clavar las banderillas al animal. Este

personificado por el hombre, que se encuentra escorzado, con una mano sobre la cintura y otra cubriéndose el “rostro”, mirando de reojo a la fémica. Él, también medio desnudo, vestido con la indumentaria del traje de luces, chaquetilla de grandes hombreras llena de pedrería y bordados, y calzón interior que llevan los toreros bajo el traje. Su cuerpo se encuentra fragmentado, fundido con el cuadro de fondo y el lugar, desarrollando, junto con los demás elemento, una distorsión de la realidad.

Quizás a simple vista no parezca una obra kitsch, ya que en este caso no nos impacta por su colorido y saturación, sino que la exageración y recargo es representada a través del tratamiento y la mezcla de ciertos símbolos culturales, consiguiendo llevar al extremo sus significados, transformando radicalmente la interpretación individual de los referentes.

Se trata de una composición que combina fotografía e ilustración partiendo de la mezcla de varios elementos y materiales que constituyen referentes culturales, descontextualizados y situados en un entorno artificioso, con apariencia absolutamente onírica, elegante y visualmente atractiva, tratando de poner en evidencia, a partir de la ironía, la concepción del toreo como un arte.

4.1.2. ARTEFACTO

Artefacto es una pareja artística formada por Franco Donati y Santi Carbonar, argentinos nacidos en Rosario (Santa Fe) y afincados actualmente en España. Estudiaron Bellas artes y Diseño gráfico y desde entonces no han parado de crear. Se conocieron formando parte del mismo colectivo artístico en Argentina, dónde elaboraban desde diseño gráfico hasta iluminación escultórica. Al llegar a Europa comenzaron a trabajar en Treviso, diseñando estampación textil para grandes marcas de moda como Scervino, Cavalli y Roberta Scarpa. También han trabajado para Warner y Sony creando diseños de cartelera y *packaging*.

En varias entrevistas afirman que la expansión de su marca, Artefacto, creada en 2012, surgió casi de manera natural, ya que como cuentan, al subir en redes sociales obras realizadas para decorar su estudio, éstas comenzaron a recibir gran admiración y reclamo.



Fig. 27 Artefacto, 2014, Fotografía de los artistas Franco Donati y Santi Carbonar. Fuente: <http://www.artefactomadrid.com/about-me>

Son artistas multidisciplinares, que trabajan buscando siempre concebir obras que les representen, utilizando para ello la restauración, modificación y estampación, a través de la técnica del

*decoupage*⁵, de materiales antiguos de diversa índole, como son las pinturas, muebles, lámparas de cerámica, juguetes, azulejos, bandejas de cristal, etc., siendo su pieza fetiche los platos de porcelana del siglo pasado. Con los que exhiben flora y fauna, iconos pop como Michael Jackson, Elvis Presley o Frida Kahlo, calaveras, entre otros, todos customizados y enriquecidos al extremo, realizando piezas únicas o exclusivas series, debido a la escasez de artículos antiguos iguales. Para conseguirlos recorren multitud de anticuarios, mercadillos y tiendas vintage. Ellos mismos sostienen que: “Diseñamos cada uno de nuestros collages e ilustraciones para cada pieza en particular haciendo que el resultado sea un objeto único” (Artefacto, 2013, entrevista por SAMYROAD).



Fig. 28 Artefacto, 2014, *All seeing eye- wonders*. Fuente: https://www.instagram.com/artefacto_madrid/

Gran parte de sus trabajos emanan de ilustraciones, pinturas y collage digital, todas ellas con una estética preciosista llena de intertextualidades, nutriéndose esencialmente del rococó y de iconos pop. Además a pesar de afirmar que:

No buscamos ser kitsch. Básicamente nos rodeamos de cosas que nos gustan, mezclamos porcelana, toys japoneses de plástico, bandejas de cristal, madera... El espacio acaba teniendo mucha personalidad pero no creemos que la esencia sea puramente el kitsch. Todo depende del contexto donde expongas la pieza (Artefacto, 2014, entrevista para *FOCUS*).

Se relacionan directamente con lo kitsch y lo camp, logrando crear hermosas obras de perfecta simetría y orden, cargadas de *horror vacui*, partiendo de la ironía, la artificialidad y el choque visual, todo ello de aura surrealista, como arma para expresar su oposición con lo establecido.

⁵ *Decoupage*, del francés *découper*, es decir, recortar. Es un procedimiento manual decorativo en el que se utilizan láminas de papel impreso o tela sobre diferentes soportes (metal, cerámica, madera, etc.) con acabado barnizado. Y el objetivo de obtener un resultado que emule la pintura a mano.



Fig. 29 Artefacto, 2014, *Platos sobre chester verde*. Fuente: <http://www.artefactomadrid.com>

4.1.2.1. FLAMINGOS XL



Fig. 30 Artefacto, 2013, *Flamingos XL*. Fuente: <http://www.artefactomadrid.com>

Obra decorativa realizada por Artefacto en 2013, basada en la técnica del *decoupage* sobre un gran plato del siglo XX (1934 y 1950), de porcelana de Bavaria (Alemania), sellado por la marca *H & Co Selb Bavaria Germany Heinrich*. Con gancho trasero para poder colgarlo.

Se trata de una antigüedad adquirida originalmente con la ornamentación floral y los filos de oro y modificada posteriormente con la estampación diseñada por Artefacto, en la que se puede observar una rica combinación compuesta por dos flamencos, dispuestos uno frente al otro,

ambientados en una especie de paraíso tropical, con palmeras a ambos lados, cascada y lago de fondo, con pájaros y una flor en la parte inferior, entre los exóticos flamencos. Mezcla entre lo antiguo y lo moderno, con aura exótica y delicada belleza formal. Lo que no deja duda de su aguda esencia kitsch, la cual pervive en la propia obra original, ya que ese tipo de platos de porcelana antiguos con ornamentación vegetal ya son por sí solos kitsch, y es potenciada por los elementos que integra Artefacto. Construyendo de esta manera obras que poseen todas las características de la estética en cuestión.

Este tipo de trabajos que realiza Artefacto con platos vintage, transformando y revalorizando la obra original a partir de la incorporación de motivos que modifican estética y conceptualmente la obra, nos recuerda en cierta manera (el concepto de la acción) a la reformulación que hicieron los Hermanos Chapman con los grabados de Goya (2003) y las acuarelas de Hitler (2008).

4.1.2.2. QUEEN OF THE BIRDS



Fig. 31 Artefacto, 2012, *Queen of the birds*. Fuente: <http://www.artefactomadrid.com>

Ilustración digital impresa sobre papel de cartulina opalina⁶, en alta resolución, producido por Artefacto en 2012, siendo parte de una serie exclusiva de cincuenta ejemplares.

En la imagen encontramos una amalgama de elementos relacionados con la pureza, la flora y la fauna. Podemos ver en el centro de la obra una reinterpretación de la *Virgen con el Niño y los Angeles* de Jean Fouquet del siglo XV, pero en esta ocasión la “Virgen” es una reina embarazada de pecho descubierto y él niño es antropomórfico ya que posee cuerpo de bebé y cabeza de loro, el cual sustenta posado en su dedo índice a un colibrí. Esta estampa aparece envuelta por un ambiente totalmente tropical, en el que encontramos a la pareja rodeada por aves de diferentes

⁶ La cartulina opalina es un papel de excelente calidad, con gran rigidez y resistencia que permite prácticamente cualquier tipo de manipulación.

razas y colores que se encuentran suspendidas, adquiriendo cierto dinamismo y sensación de movimiento, teniendo al fondo las inmensas hojas de una palmera de verde intenso que simulan, junto con la corona excesivamente ornamentada, el halo de la “Virgen”, dejando ver por algún hueco un intenso azul de fondo que semeja el cielo. Cerrando la composición con un marco dorado de estilo barroco.

Sin dejar lugar al vacío, la pieza se encuentra completamente sobrecargada por la cantidad de elementos y colores logrando gran riqueza compositiva. Dónde la exageración es evidente, llevando al extremo una imagen tan icónica, descontextualizándola y cambiando por completo su significado.



Fig. 32 Artefacto, 2012, *Queen of the birds*. [Detalle] Fuente: <http://www.artefactomadrid.com>



Fig. 33 Artefacto, 2012, *Queen of the birds*. [Detalle] Fuente: <http://www.artefactomadrid.com>

Constituye una obra kitsch por todo lo comentado anteriormente y por su clara transposición de valores, recreando de forma irónica una imagen cristiana, adulterándola, cambiando lo simple por lo complejo y lo puro por lo corrompido. De tal forma que el “niño” se encuentra completamente desnudo, sentado en un telar rosa fucsia, y la mujer viste de negro, y aparece mirándole con expresión de descontento. En ella no hay ternura, hay rechazo.

La apariencia de la composición, a pesar de la mezcolanza y el exceso, es equilibrada y ostentosa, de esencia artificiosa y ambigua, llegando a provocar una fuerte distorsión de la realidad, logrando un resultado muy atractivo.

4.1.2.3. HUMAN ANATOMY LAMP



Fig. 34 Artefacto, 2014, *Human anatomy lamp*. Fuente: <http://www.artefactomadrid.com/product/human-anatomy-lamp>

Human anatomy lamp es una obra creada en 2014 por Artefacto, que consiste en una lámpara escultórica de cerámica, pintada a mano con acabado brillante.

Creación de aspecto un tanto siniestro y estética impactante, en la que vemos representado un torso masculino realizado al detalle, obteniendo gran realismo, pudiendo observar el tejido muscular de la mitad del cuerpo, la piel en la otra mitad, con la parte delantera abierta, como si de una escisión se tratara, por la que se puede ver representada la anatomía interna del cuerpo humano. En la parte superior del torso, sobre los hombros está ubicado el casquillo de la lámpara con interruptor incorporado, en color dorado, que permite atenuar la intensidad de la bombilla que se encuentra sobre él.

La estructura se encuentra unida y colocada sobre una peana negra y cuadrada, que equilibra y da distinción al conjunto. Además, de ésta sale el cable de la lámpara que permite conectarla a la corriente y dar luz.

Conjunto que personifica una inadecuación estética en sí misma, constituyendo un objeto kitsch, pese a que a simple vista parezca tratarse de una mera pieza grotesca y de mal gusto, en la que se

pueden apreciar perfectamente los órganos internos del ser humano, mostrando la complejidad biológica de la que estamos compuesto.

Aunque no sea una obra sobrecargada de elemento, mezclados y ornamentados al máximo, compone, a través de un cuerpo fragmentado, una exageración realista y fuertemente irónica. En este caso la desmesura no se basa en el número de elementos sino en la manera de mostrarlos, de tal forma que muestra lo más oscuro y profundo de nuestro ser físico, a la misma vez que sugiere de forma alegórica el conocimiento representado por la luz. Logrando una transposición de imágenes, dotando de una nueva interpretación a la escultura clásica, basada en el estudio de las formas y los cánones, fusionando lo antiguo y lo nuevo, mezclando ciencia y naturaleza, pareciendo algo que no es. Consiguiendo una figura extraña, no deja hueco al vacío, pero de apariencia cuidada y atractiva, gracias al acabado en barniz, que logra el impacto visual.

4.1.3. JUAN SÁNCHEZ PORTA

Juan Sánchez Porta es un artista nacido en Lorca (Murcia) en 1989, actualmente residente en Madrid y Licenciado en Bellas Artes por la Universidad Complutense de Madrid. Es un artista multidisciplinar, que no se centra en un único modo de creación si no que realiza pintura, escultura, fotografía, cortos, ready-mades, gifs, instalaciones, prints digitales, collage tanto digital como manual, diseño de producto, prendas de ropa, complementos y utensilios de decoración (velas, calendarios, colgadores).

Actualmente es Director Artístico de Oro Jondo e integrante de LALITERA10⁷, espacio artístico en el centro de Lavapiés (Madrid) que promueve la democratización del arte. Juan afirma que su proyecto artístico Oro Jondo (2014) “se caracteriza por la creación de producto, diseño y obra plástica con un carácter KINKI, CANALLA Y BARROCO” (Sánchez, 2014, web personal).



Fig. 35 Orojondo, 2015, Fotografía del artista en una de sus exposiciones en Salvajeshop, Granada.

Fuente: <https://www.instagram.com/orojondo/>

⁷ LALITERA10 es un espacio artístico en el que trabaja Sánchez junto a tres de sus antiguos compañeros de la Facultad de Bellas Artes de Aranjuez: Andrea Alonso, Álvaro F. García y Guillermo Enfermo, donde cada uno realiza sus propias y características obras.

PRESENCIA DEL KITSCH EN ALGUNOS ARTISTAS CONTEMPORANEOS

Su forma de expresión se asienta en las bases del contexto sociocultural en el que se ha criado, permitiéndole crear obras espectaculares, que no dejan a nadie indiferente, todas ellas extravagantes, coloridas, llenas de combinaciones y una fuerte presencia de objetos e iconos triviales.

Su obra expresa gran vinculación con la publicidad, ya que se basa en conceptos complejos apropiándose de las técnicas y estrategias publicitarias para llegar al receptor y hacerle reflexionar sobre la saturación informativa y el desorden social de la actualidad. Critica la sociedad de masas con humor e ironía a través de metáforas sobre la producción masiva, llegando a crear auras sumamente cautivadoras.

Destaca por el gran uso que realiza de carteles y propaganda publicitaria, iconografía obscena, objetos cotidianos, ornamentaciones doradas, vegetales y flúor, iconografía castiza y popular como las sevillanas, divinidades populares muertas o pasadas de moda como El Fari, Lola Flores, Jesús Gil, Pamela Anderson, Camela, las Spice Girls.

Él mismo describe su obra en su web personal (<http://www.juansanchezporta.com>) como una manera de:

Superponer, dislocar y conjugar imágenes, objetos e iconografías de la cultura popular y el entorno cotidiano, obteniendo creaciones a medio camino entre pintura, escultura y objetos, que ilustran el caos de nuestro presente. Proporcionando un toque de humor e ironía, mediante un repertorio iconográfico "superfluo", que remite a la estética "kitsch" y "Pop" tan vigente en nuestra sociedad de consumo.

Una de sus características principales es su capacidad para mezclar diferentes técnicas y materiales en una sola obra, como sus *Retratos neocostumbristas* (2014) realizados con acrílico sobre impresión pegada a madera, sus mixtas sobre tabla como *Tú lo que quieres es que te coma el tigre* (2012) o su *Yo conduzco, ella me guía* (2014) con Varios materiales. También ready-mades elaborados con técnica mixta como *Flamenca gaseada de extrarradio madrileño* (2012).



Fig. 36 Sánchez Porta, J., 2012, *Flamenca gaseada de extrarradio madrileño*. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com>

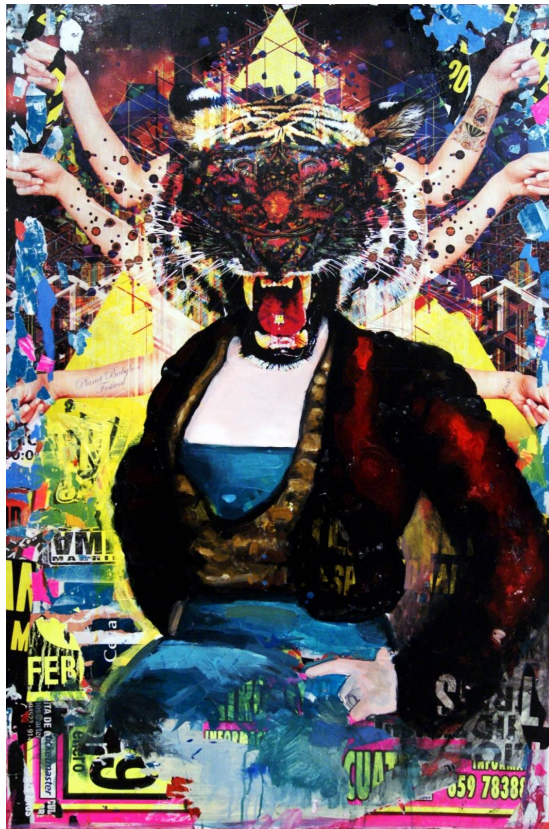


Fig. 37 Sánchez Porta, J., 2012, *Tú lo que quieres es que te coma el tigre*. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com>



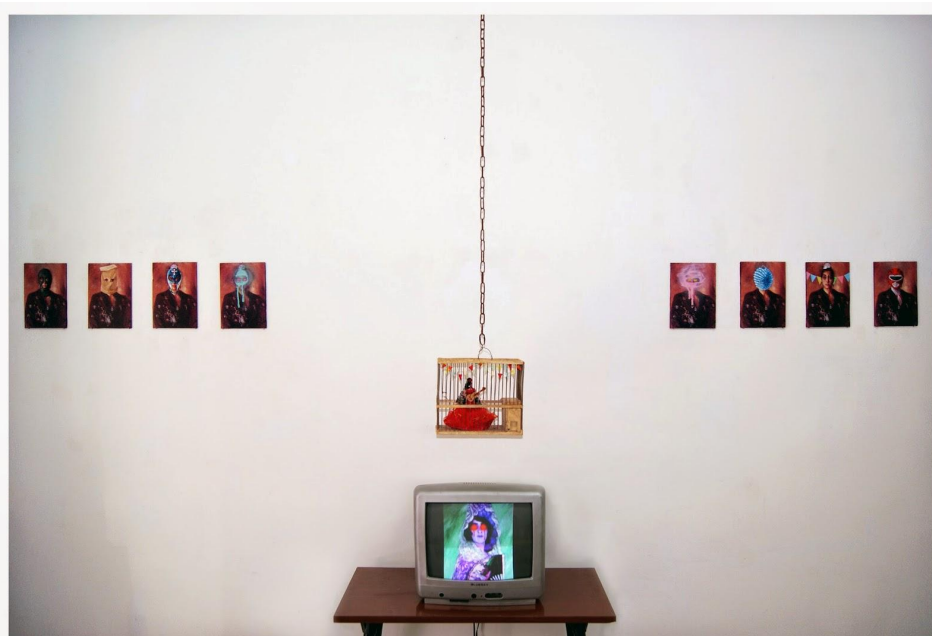
Fig. 38 Sánchez Porta, J., 2014, *Yo conduzco, ella me guía*. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com>

Entre la producción de Sánchez también son de gran atractivo y riqueza compositiva los carteles que realiza para anunciar exposiciones y eventos de diferentes índoles.

Es un artista realmente singular que logra ser reconocido por cualquiera de sus obras, por su estilo particular que a pesar de realizar trabajos muy diferentes son muy identificativos. Además a través de la utilización de técnicas mixtas consigue remover algo en el espectador, ya sea emoción, agobio, desasosiego, rechazo o fascinación este artista contemporáneo supone un reto visual para el espectador. Como con su instalación *Reclamo Publicitario* (2012) en las que pone en evidencia esa extrema coraza que hemos construido inconscientemente contra la saturación publicitaria.

Con el fin de indagar en sus trabajos un poco más a fondo y exponer como estos tienen rasgos indiscutiblemente kitsch, he tratado de escoger tres obras de apariencia muy distinta, realizadas con diferentes técnicas y transmitiendo conceptos dispares:

4.1.3.1. INSTALACIÓN ESPECÍFICA PARA OPEN STUDIO



Instalación específica en LALITERA para OPEN STUDIO 2014

Fig. 39 Sánchez, J., 2014, *Instalación específica en LALITERA10 para Open Studio*. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com>

Instalación realizada por Sánchez Porta en 2014 para Open Studio en LALITERA. Esta obra representa un conjunto de distintos trabajos del artista, mezclando diferentes medios, materiales, temáticas, iconografías y puntos de vista. Constituye una experiencia profunda o conceptual permitiendo impactar al observador y que este pueda interaccionar con la obra de una forma u otra.

Compuesta por tres proyectos diferentes, reunidos especialmente para esa exposición. Por un lado nos encontramos con *La Pantoja* (2014), realizada con varios materiales, mostrando una flamenca de plástico con su vestido, flor y mantilla típicos del folclore andaluz. Ésta se encuentra encerrada, tocando la guitarra dentro de una especie de cárcel/jaula, decorada en su parte superior por unos banderines de colores de feria. Estructura suspendida del techo a través de una larga cadena metálica de eslabones. Por lo que nos encontramos con una obra compuesta por plástico, metal, madera y papel. Por otro lado podemos observar, dispuesta en una altura superior a ambos lados

de la flamenca, ocho láminas de madera que componen el proyecto *Escenas neocostumbristas* (2014), desarrolladas a partir de acrílico sobre impresión pegada a madera, sobre las que el autor ha intervenido personalizando y dotando a cada réplica de características diferentes. Podemos ver como ha modificado el rostro de cada obra con: casco de Power Rangers, máscara de luchador mexicano, pasamontañas, bolsa de cartón... Y por último en la parte inferior, sobre una mesa de madera se encuentra una televisión antigua que expone su trabajo realizado gráficamente en gif, *Angustias con Mantilla de Zuloaga 2.0*. Donde volvemos a ver una escena costumbrista, en la que aparece una flamenca con mantilla y abanico modificada por sus colores, nitidez y con los ojos tapados con dos manchas de spray.



Fig. 40 Sánchez, J., 2014, *La jilguera no baila* (rebautizada como *La Pantoja*). Fuente: <http://www.juansanchezporta.com>

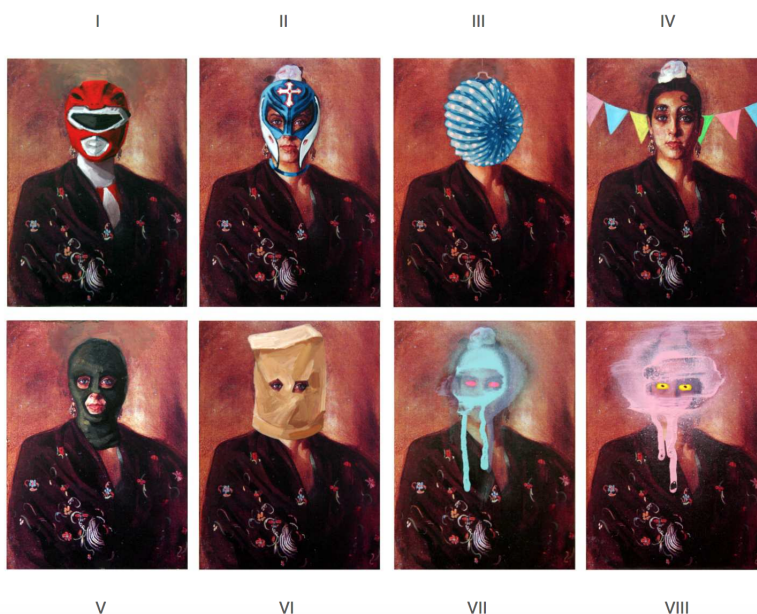


Fig. 41 Sánchez, J., 2014, *Escenas neocostumbristas*. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com>



Fig. 42 Sánchez, J., 2014, Angustias con Mantilla de Zuloaga 2.0. Gif. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com>

Con este proyectó su autor pretende explorar los iconos populares españoles, fusionándolos con estereotipos de la cultura de masas (mediáticos, publicitarios y propagandísticos). Tratando de hablar de forma irónica sobre nuestra sociedad mostrándonos unas imágenes continuamente ubicuas en nuestro imaginario. Con el fin de hacernos reflexionar sobre ese bombardeo televisivo de muertes, guerras y violencia al que los medios acostumbran a darnos y a los espectadores ya no les afectan. Elementos duros que han alcanzado un carácter banal por culpa de la fuerte exposición que realizan los medios, convirtiéndose en situaciones sin importancia.

En esta instalación encontramos todos los rasgo característicos de cualquier obra kitsch, ya que podemos ver una clara exageración en el tratamiento de la iconografía expuesta, sacándola fuera de su contexto de forma radical, llegando a provocar esa especie de sensación de *horror vacui*, que capta nuestra atención a través del conjunto grotesco que conforma la composición. También es evidente la mezcla y combinación de elementos, iconos y técnicas muy diferentes, como hemos comentado antes, que consiguen encajar y poseer sentido. Además consigue crear, partiendo de la disposición de los elementos, una apariencia cuidada y atractiva que reproduce iconos populares que todos conocemos, transformándolos de tal forma que la obra adquiere cierto surrealismo y una evidente distorsión de la realidad para conseguir su propósito.

4.1.3.2. AFTER CONCEPTUAL



Fig. 43 Oro Jondo, 2015, *After Conceptual*. Fuente: <https://www.instagram.com/orojondo/>

Obra plástica realizada con técnica mixta sobre tabla en 2015, en la que se combina variedad de imágenes a modo de collage. Entre ellas podemos observar, en el centro como suma protagonista de la obra a una mujer desnuda, típica de calendario erótico, llena de “tatuajes” pintados (rosas y tribales), a la que realmente no se le ve nada, ya que de sus pechos sale una especie de faros de neón rosa y la parte de abajo está medio tachada simulando ropa interior con una cruz superpuesta a mano alzada.

La imagen aparece totalmente saturada, la mujer se encuentra suspendida en el centro, rodeada por humo, fuego y llamas que salen de la cabeza de dos tigres furiosos que se encuentran paralelos a ella en la parte inferior. Se puede entrever también unas cajas, no se sabe muy bien de que, bajo los tigres y de la chica, sugiriendo que salen de ellas. Tanto los tigres como la mujer tienen dibujado su contorno en color celeste, quizás también asemejando luz de neón. La parte superior está adornada por una puntilla blanca (como si de un bandó de cortinas se tratase) y en la parte de abajo también se percibe un trozo de mantel de ganchillo.

Finalmente sobre la composición encontramos pintadas en blanco las palabras AFTER CONCEPTUAL, pudiendo percibir que bajo la “F” y “R” de la palabra AFTER realmente ponía arte, lo que nos lleva a suponer que el artista pretende sugerir que va más allá del arte conceptual. Lo que desde mi perspectiva es totalmente cierto.

Los elementos se encuentran expuestos de diferentes maneras, algunos pintados, otros recortados y pegados, unos encima de otros, dando la sensación a simple vista de cierto caos. Un caos realmente ordenado, donde todas sus piezas encajan y tienen sentido dentro de la composición.

No cabe duda de la presencia del kitsch en esta obra, caracterizada por la exageración, partiendo del descaro propio de la f emina, excesivamente artificial y operada, interpelando al espectador de forma directa, atrayendo irremediable su atención. Y de la gran fuerza visual del conjunto, dónde todos los elementos están representados, por su tratamiento y disposición de forma extrema, logrando capturarlos por su excentricidad. La mezcla de elementos, materiales, texturas, colores y conceptos en esta obra es obvia, agrupa colores chillones, fauna, naturaleza, materiales populares, falseados y confusión. Todo combinado de forma espectacular, consiguiendo mostrar una apariencia artificiosa, exótica e irreal, que nos apela por su ambigüedad y aura extravagante. Pudiendo establecer incluso una cierta distorsión de la realidad, ya que en esta obra todo adquiere un carácter surreal, sugiriendo cierta intertextualidad con la iconografía religiosa, dándole un nuevo sentido y nuevas formas a lo que ésta representa. Podemos ver cómo la joven emerge de la llamas, quedándose suspendida y arropada por los elementos que la rodean, como si de la antítesis de una virgen se tratase.

4.1.3.3. ABANICO



Fig. 44 Oro Jondo, 2016, *Abanico*. Fuente: <https://www.instagram.com/orojondo/>

Abanico es una obra ready-made⁸, muy reciente, realizada en 2016 por Sánchez en su proyecto Oro Jondo y presentada en la exposición "I don't want to believe". Consiste en la fusión de diez navajas convencionales con la estructura de un abanico, homogeneizado por un encaje de puntilla en color negro. Las navajas, dispuestas perpendicularmente, con mango de madera, hoja metálica y detalles dorados forman el varillaje, representando cada una, a una de las varillas que compone la estructura. Obteniendo como resultado una pieza interesante y de gran atractivo.

La unión visual de los referentes, de cultura popular castiza, es aparentemente sencilla, pero de sugerente y compleja concepción. Que a pesar de no estar saturada y llena de elementos, realiza un uso desmesurado de estos, descontextualiz ndoles, transform ndoles y llevando su

⁸Ready-made se refiere a esas obras de arte realizadas a partir de objetos no artísticos, que tras su modificación y combinación, sin ocultar su origen, adquieren el valor de arte. Término iniciado por Marcel Duchamp a principios del siglo XX, con obras como *La fuente* (1917).

significación y uso al extremo, concediéndoles a través de la transposición de valores un nuevo y único significado.

Como también es propio del kitsch esta obra lleva la mezcla hasta límites impensables, jugando con la repetición de elementos y con la ambigüedad visual y significativa, consiguiendo una apariencia distinguida, por los dorados y el encaje, pero con ese toque quinqui y canalla característico del artista. Establece una utopía, basándose en diferentes elementos, materiales y texturas, consiguiendo, a partir de la mezcla, una clara distorsión de lo real, que le hace que el objeto representado pierda su función instaurada, trasladando su empleo a la contemplación.

La unión de estos elementos a simple vista inimaginable, refleja una total ambigüedad de sentido completo, que pone de manifiesto la dualidad de las formas y la doble moral que impera en nuestra sociedad, logrando con todo ello una obra estética y conceptualmente extraordinaria.

Sánchez es un artista que no para de producir y que está consiguiendo cierta relevancia y presencia en el entorno artístico y mediático, sirviéndose de la difusión que le pueden aportar los propios medios para realizar su juicio crítico sobre ellos. Actualmente su trabajo se ha dejado ver en diferentes publicaciones y magazines sobre arte, cultura y tendencia, como *Yorokobu*, *El Mundo*, *Shangay*, *AD*, *Voltage*, entre otras. En el último año sus obras han aparecido en el Reality televisivo de MTV *Alaska y Mario* y en la webserie *El Piso*. No para de realizar colaboraciones con otros artistas, en libros, fanzines, videoclips, videos promocionales y fiestas, incluso también tiene faceta de Dj pinchando en varios locales madrileños. Además participa y expone sus piezas en diferentes espacios dedicados al arte y al diseño como es el Mercado Central de Diseño de Madrid.

CAPÍTULO V

VALORACIÓN DE LA ESTÉTICA KITSCH

5.1. VALORACIÓN DE LA ESTÉTICA KITSCH

Después de haber investigado e indagado en profundidad sobre el atractivo, y en principio, desconocido (para mí) kitsch, una vez ya conocido o clarificado su contexto de origen, su causa expresiva, características que le identifican y tras esto, el desarrollo analítico realizado a varios artistas y obras contemporáneas me he percatado de que esta estética va mucho más allá de mis hipótesis iniciales sobre ella. He comprobado que realmente no se basa en un simple ornamento, su función no consiste meramente en simbolizar objetos de consumo creando composiciones de estilo grotesco, el kitsch se encuentra lejos de eso, es un arte en exceso, una estética transgresora muy marcada, con personalidad, capaz de reflejar, de manera encubierta, fenómenos y situaciones sociales y culturales contemporáneas de forma sublime e impactante.

Como forma o cualidad artística, ésta esencia o forma de creación, no puede ser rebajada, como se ha hecho desde su aparición hasta nuestros tiempos, a un gusto de los que no saben ni entienden sobre las técnicas y la función del arte, como algo que deforma y corrompe nuestras culturas y sociedades, rechazado por sus formas y contenido al igual que se rechazó el pop art cuando nació, solo que este finalmente fue reconocido y valorado, mientras que el kitsch es continuamente negado y desvinculado del arte. Algo que no debería ser así, ya que el kitsch forma esencialmente parte del arte, entendiéndolo a este como: “fenómeno sociocultural innato del ser humano, como forma de expresión de sentimiento y experiencias, las cuales ayudan a que el hombre comprenda el ambiente en el que ha vivido durante su historia.” (García, E. 2015: 4). Ya que analiza el contexto y partiendo del él encarna una crítica irónica y recargada que trata de posicionar en alza lo banal, originando así un “nuevo lenguaje”⁹, más que nuevo, diferencial y rompedor, que a la sociedad le cuesta tener en cuenta y valorar.

Algo que parece que está comenzando a cambiar, como apuntan Marín, J.M. y Torrent, R., (2015):

A pesar de su continua descalificación a lo largo de los años el kitsch, desde sus inicios y sobre todo a partir de su universalización a principios del siglo XX ha tenido un recorrido potente e inagotable. Esta trayectoria ha sido tan prolífica que actualmente ha conseguido posicionarse con significado de culto (p.183).

Esto es debido a que en la actualidad, a pesar de que en muchas ocasiones permanezca desprestigiado y señalado como hortera y vulgar, cobra especial trascendencia por la gran expansión de los medios de comunicación y el constante uso que hacemos de las nuevas tecnologías, donde internet y las redes sociales permite una producción y consumo diario de gran cantidad de imágenes. Haciendo que nos encontremos con una continua saturación de imágenes, tanto artísticas, como publicitarias o de otra índole, que tratan de interpelarnos pasando la mayoría de ellas desapercibidas, siendo las de apariencia excesiva de cierta esencia kitsch capaces de llamar nuestra atención y hacernos parar en ellas, suscitando cierta atracción que nos lleva a ver más allá de lo real, logrando transmitir su dogma y permitírnos apreciar la estética, no solo por lo que muestra, sino más bien por lo que sugiere.

Podemos tener en cuenta lo anterior por la consolidación de uso y aceptación que el kitsch está viviendo, perpetuándose como una estética expresiva de gran originalidad y capacidad seductora, utilizada cada vez de forma más frecuente por artistas y marcas de prestigio para reflejar una imagen potente y cargada de personalidad, ayudándolas alcanzar gran éxito y repercusión. Podemos ver este hecho en el cine, la televisión, la moda, la publicidad, la música, etc.

Algunos ejemplos en el mundo de la moda sobre la apropiación de la estética kitsch por grandes marcas de lujo como es Jean Paul Gautier, provocador, iconoclasta y productor de ambientes idílicos, que lleva sirviéndose de esta tendencia desde sus inicios en 1976. También Versace, perpetua amante de la ornamentación y el exceso. O Louis Vuitton, que en numerosas ocasiones se ha servido del kitsch para diferenciarse, como la colección que hizo, estando Marc Jacobs como

⁹ Nuevo lenguaje refiriéndome a que constituye una insólita forma de arte, que sale de los límites impuestos a este.

Director Artístico, en 2003 con Takashi Murakami, llamada *Monogram Multicolore* (en venta hasta 2015), donde el artista japonés realiza una reinterpretación colorida del histórico monograma de la marca, modificando la apariencia de sus clásicos bolsos y diseñando el escaparatismo de varias tiendas. O la colaboración con Sofia Coppola en 2013, donde la cineasta realizó el diseño de diez escaparates de estética completamente kitsch, con neones, globos en forma de corazón gigantes, cervatillos de cerámica, cerezas brillantes y flores tamaño XL, para lanzar la nueva versión del bolso SC “*Le Bon Marché Rive Gauche*”.

Asimismo cabe destacar las recientes colecciones de Moschino, en las cuales la marca, dirigida creativamente por el absolutamente kitsch Jeremy Scott, realiza una exaltación del capitalismo y de lo banal, con el objetivo de reprimir la angustia existencial característica de nuestra era. Lo hace a través de colecciones repletas de excesos, cargadas de burla y mezcla. Combina estilos clásico con formas extravagantes, creando prendas de lujo en cohesión con productos populares, como la presentada el otoño/invierno 2014 en la *Milan Fashion Week* inspirada en los uniformes de los trabajadores de McDonald’s, en Bob Esponja y en los cereales Fruit Loops. O la expuesta en ese mismo evento en la primavera/verano 2015 basada en la imagen de Barbie.

Como ejemplo aún más reciente nos encontramos con *Fresh*, fragancia lanzada a finales de 2015, que representa la imagen de un recipiente de limpia cristales, a la que también le acompaña prendas y carcasas de móvil, donde la dicotomía entre conceptos es llevada al extremo. Llegando hasta la última campaña, *Resort 2017*, presentada en Los Ángeles en junio de 2016, caracterizada por la extravagancia, ornamentación y mezcla, llena de color, estampado animal y motivos florales.



Fig. 45 Moschino, 2015, *Milan Fashion Week primavera/verano*. Fuente: <https://www.instagram.com/itsjeremyscott/>

En España tenemos presente la tendencia tanto en marcas instauradas en la excentricidad como son Desigual y Ágata Ruíz de la Prada, como en otras clásica como Loewe que de vez en cuando también nos sorprende con cierta esencia kitsch, como en 2013 con la colección *Tales of Spain* (<https://www.youtube.com/watch?v=2BjwmtXCPbI>) en la que reinterpreta sus estampados más emblemáticos, utilizando para su promoción a los personajes más singulares del panorama.

En televisión el canal por excelencia que hace uso de la exageración, la mezcla y la apariencia es la MTV, el cual desde su origen en 1981 hasta ahora no ha dejado de internacionalizarse, promocionando a multitud de iconos a través de una estética y contenidos desmesurados.

Un ejemplo de su extravagancia en nuestro país es el reality show *Alaska y Mario* (2011-2015), donde la famosa cantante y su marido (iconos populares de la *Movida*) muestran sin ningún reparo su vida, a sus amigos y su casa, abarrotada de colores, texturas, obras de arte e iconografía popular, la cual es desorbitada y maravillosamente kitsch.

En el cine cabe destacar a, mencionado en puntos anteriores, Almodóvar, que crea kitsch con sus decorados, composiciones e iluminación de sus planos, vestuarios, títulos de crédito y cartelera. Afirmando él mismo que: "Los objetos y la decoración Kitsch, sirven para definir mis gustos y mis personajes. Inconscientemente, todo sirve para esconderte y para mostrarte" (Polimeni, 2004: 23).

Esa exaltación y aceptación del kitsch dentro de la élite, a través de un consumo y producción de esta estética, nos hace reflexionar sobre cómo ha ido evolucionando la concepción del término desde su nacimiento hasta el momento actual, ya que, como hemos reiterado, en sus orígenes el kitsch era entendido como pseudo arte, vulgar y barato, producido en masa con poco valor intelectual, cultural y estético. Mientras que en la actualidad se constituye como una tendencia que se produce y oferta dentro de la exclusividad, dotada de un valor superior, llegando a posicionarse, a pesar de las discrepancias de los críticos, al nivel del "Gran Arte".



Fig. 46 MTV, 2013, *Alaska y Mario*. Fuente: <http://estaticos.elperiodico.com/resources/jpg/8/4/alaska-1441550313348.jpg>

Podemos afirmar que los excesos en el arte son el testimonio posmoderno de una voz democrática que pretende abrir mentes, para que estas sean conscientes de lo que sucede con nuestra cultura, política, sociedad, formas de vida, manipulación de los medios de comunicación, etc. Y lo hace ocultando más de lo que parece, el kitsch es una estética a simple vista vulgar, banal e incluso grotesca, pero que va más allá de la simple apariencia, trata de subyugarnos con su espectacularidad, colorido y extravagancia a partir de imágenes codificadas repletas de connotaciones, que gracias a su poder fascinante y seductor logra conectar con el deseo del sujeto receptor. Un deseo que tiene origen en la carencia, en la que el kitsch a través de la construcción de entornos hedónicos y fantásticos nos empuja a observar lo real (muerte, horror, destrucción, decadencia) y nos conecta con esa pérdida, dándonos acceso a un saber superior, un conocimiento velado, expuesto a través del exceso.

Nos capta bajo una apariencia pero llegando a reflejar tras ésta el conflicto interno del observador, sus miedos y frustraciones que han sido coartados por el entorno y la sociedad que le rodea.

Mostrando el mundo como lo desea o teme, kitsch “es una “pseudo-ciencia, “una pseudo-concepción del mundo” capaz de recrear símbolos con asombrosa ligereza” (Alas, 1988: 16).

Es decir, el kitsch constituye una proyección del ser, realizada a través de una proyección de parecer, sirviéndose para ello de conceptos populares transformados en productos únicos y convertidos en arte. Lo que era mera apariencia acaba teniendo un gran valor. El kitsch es una ida y vuelta constantes, que mira al pasado con nostalgia y lo proyecta mezclado y distorsionado con el presente, “Lo que ya ha existido, lo que ya se ha experimentado, está destinado a reaparecer invariablemente en el kitsch” (Broch, H., 1970: 9). Vuelve constantemente a la gran cultura y la mezcla con lo popular, provocando entre ellos, más una tensión entre extremos, que una contradicción, dando como resultado productos de gran valor.

Finalmente queda preguntarnos qué será lo que el futuro le depara al kitsch y está claro que una tendencia sociocultural reaccionaria, nacida hace más de 150 años, que se expresa basada en la experiencia acumulada, y que surge por la necesidad de esperanza e ilusión de una sociedad en decadencia se le presenta un futuro largo y prolífico. Como bien apunta Juan Sánchez en la entrevista que le realicé: “Kitsch never dies, las tendencias que ahora son punteras, mañana serán kitsch” (2016).

CAPÍTULO VI
CONCLUSIONES

6.1. CONCLUSIONES

Después de haber realizado un estudio en profundidad sobre los excesos en el arte, a través de su exponente por antonomasia, el kitsch, analizando el contexto de partida, características esenciales, autores de la estética y sus obras más relevantes, no cabe duda de la importancia y valor de la estética. La cual pone en evidencia el porqué de su rechazo y cualitativo alejamiento de las demás formas de arte .

Tras la multitud de búsquedas y reflexiones llevadas a cabo en este trabajo me he dado cuenta de, además de la riqueza visual y compositiva, la verdadera importancia social y cultural que tiene la estética. Esta investigación surgió por una simple atracción e interés por la extravagancia estética, pero según se iba aconteciendo la búsqueda y posterior reflexión sobre el tema, las expectativas sobre los objetivos propuestos se iban cumpliendo satisfactoriamente, llegando a percatarme de que estaba en lo cierto pensando que tras esa saturación visual se escondía algo más profundo y personal.

Esta tendencia sociocultural, de carácter revolucionario encuentra en la universalidad del diseño su sitio perfecto para manifestarse bajo su enorme contenido semiótico, el cual es expresado a través de lo excesivo, pretencioso e imaginario, pero no como algo contrario a la realidad, sino que se presenta como una refracción de ésta. Se nutre de todo lo que conocemos y aparece cargado de connotaciones y referentes que nos ayudan a situarnos en el mundo, ocultando el dolor a través de la idealización. La coexistencia de elementos dispares en un mismo entorno o composición produce gran atracción en el sujeto tratando de conectar con él y hacerle reflexionar. El kitsch, en su dualidad llena lo vacío, da y quita, vacía y sacia a partes iguales, basándose no tanto en el artista, sino en la experiencia vital del que contempla.

Lo que supone que esta estética no represente únicamente una “simple” exageración decorativa, sino que su esencia se basa en conectar con lo más profundo del que mira, con el fin de hacerle consciente de la realidad en la que vive, concibiendo de esa manera seres críticos y reflexivos.

Si nuestra experiencia de la “realidad “está estructurada por el fantasma, y si el fantasma sirve como pantalla que nos protege del peso insoportable de lo real, entonces la realidad misma puede funcionar como fuga del encuentro con lo real.” (Slavoj Zizek, 2006)

El problema de todo ello radica en que, como hemos visto, los referentes masivos que tratan la tendencia son admirados y deseados por la multitud, mientras que, por lo general, los excesos estéticos en obras contemporáneas de artistas “anónimos” siguen permaneciendo juzgadas e infravaloradas. Algo que seguramente tiene que ver, no tanto con que se desestime el kitsch por su condición, sino que por la sociedad en la que vivimos, inmersa en lo mediático, dirigida por la inmediatez de contenidos, que no aprecia nada más allá. No es que no se valore el exceso en el arte, es que nuestra cultura no valora el arte en general, no se educa en ello, debido a que al poder le interesa tener una población manejable y despreocupada que no se pare a reflexionar y posicionarse contra el sistema, algo que el arte puede provocar.

Aun así los excesos se encuentran en alza, ya que nos encontramos en un contexto complejo, donde lo kitsch tiene por delante la gran labor de fascinar con su extravagancia con el fin de despertar a toda esa masa impasible, acomodada y conformista. Por ello, tanto artística como comunicativamente utilizar el kitsch para crear es una opción acertada que consigue llegar de forma inminente al espectador y no dejarle impasible.

“Es inevitable preguntarse qué habrá después del kitsch. Y es inevitable responder: “kitsch”, porque el kitsch se alimenta de sí mismo.” (Alas, 1988: 20)

CAPÍTULO VII
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

7.1. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abadi, F. y Lucero, G. (2013). *Estéticas de lo extremo: Nuevos paradigmas en el arte contemporáneo y sus manifestaciones latinoamericanas* (p.249-283). 1st ed. [ebook] Bueno Aires: emecé.
Recuperado de:
https://www.academia.edu/5546949/Dialécticas_del_kitsch_el_deseo_en_la_cultura_de_masas._Favio_Santoro_y_los_usos_de_la_estética_peronista
- Adorno, Theodor W. (1980). *Teoría estética*. Madrid: Taurus.
- Alas, L. (1988). *Sinceramente kitsch*. En Sánchez Casado, A. (dir.), *EL KITSCH ESPAÑOL. Aproximación al ansia de aparentar en nuestro país*. Madrid: Temas de Hoy.
- Albarrán Diego, J. (2012). *Del fotoconceptualismo al fototableau: fotografía, performance y escenificación en España (1970 - 2000)*. 1st ed. [ebook] Salamanca: Universidad de Salamanca
y Juan Albarrán Diego, (p.191-192). Recuperado de:
https://books.google.es/books?id=WMU_M1L2HvsC&pg=PA191&lpg=PA191&dq=ouka+leele+kitsch?&source=bl&ots=G-93MYxfw2&sig=BHxPnCRQ0QftM6egSlA-nqjSRMo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwicksH99oPNAhVHmBoKHTSqBBUQ6AEIOTAH#v=onepage&q=ouka%20leele%20kitsch%3F&f=false
- Álvarez, J. (2014). Lo kitsch, lo camp y sus manifestaciones actuales. *Discurso Visual*, [online] (33).
Recuperado de: http://www.discursovisual.net/dvweb33/TT_Jose.html
- Artefacto (2016). Disponible en: <http://www.artefactomadrid.com>
- Barthes, R. (1980). *La cámara lúcida. Notas sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- BROCH, H. (1933). *El mal en el sistema de valores del arte*. Barcelona: Barral editores.
- (1970). *Kitsch, vanguardia y el arte por el arte*. Barcelona: Tusquets.
- Calinescu, M. (1991). *Cinco caras de la modernidad*. Madrid: Tecnos.
- Cassirer, E. (1945). *Antropología filosófica*. México: UNAM.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cisternino, A. (2011). *Seis claves para reconocer un objeto 'kitsch'*. [online] Lainformación. Recuperado de: http://noticias.lainformacion.com/arte-cultura-y-espectaculos/literatura/seis-claves-para-reconocer-un-objeto-kitsch_i0An9XapAZmkNAZOSThNB5/
- De llano Neira, P. (2016). "Vanguardia y kitsch" en el universo del totalitarismo. *Anuario Del Departamento De Historia Y Teoría Del Arte*, nº25, 75-92. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4876659>
- Diccionario de la lengua española. (2016). *Diccionario de la lengua española - Edición del Tricentenario*. [online] Recuperado de: <http://dle.rae.es/?w=diccionario>
- Dorfles, G. (2004). *El kitsch. Antología del mal gusto*, Barcelona: Lumen.
- (1974). *Las oscilaciones del gusto. El arte de hoy entre la tecnocracia y el consumismo*. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e Integrados*, Estructura del mal gusto. Barcelona: Lumen.
- (2004). *Historia de la belleza*. Barcelona: Lumen.
 - (2007). *Historia de la fealdad*. Barcelona: Lumen.
- Flores, J., Balderrama, C., y Aguilera, G. (2016). El entorno cotidiano, la estética kitsch y su relación con los diseños. *Nóesis. Revista De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 25 (49), (pp. 99-122). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5278967>
- Giesz, L. (1973). *Fenomenología del kitsch*. Barcelona: Tusquets.
- Gómez de la Serna, R. (1975). *Ismos*. Madrid: Guadarrama.
- (1988). *Ensayo sobre lo cursi*. Madrid: Monte Ávila.
- González Parrilla, C. (2014). *El collage y su estética kitsch*. Grado. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- González Solas, J. (2016). El kitsch en publicidad. *Visual UCM*, [online] (103). Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/viewFile/ARAB0404330005A/4206>
- Greenberg, C. (1939). *Vanguardia y kitsch*. The Partisan review, Nueva York: Dial Press.

- Ibarlucía, R. (1998). *Onirokitsch. Walter Benjamin y el surrealismo* (p.122), Buenos Aires: Manantial.
- i-D. (2016). *John Waters, el héroe de la contracultura | read | i-D*. [online] Recuperado de: https://i-d.vice.com/es_es/article/john-waters-el-heroe-de-la-contracultura
- Ilinca I. "Enfoques sobre el kitsch - Milan Kundera, Manuel Puig, Mario Vargas Llosa", (pp. 53-90), *Cathedra* no 2/2002 de l'Universit  Autónoma de Nuevo León, México.
- Jornadasfilo.fahce.unlp.edu.ar. (2011). *VIII Jornadas de Investigación en Filosofía — Jornadas de Filosofía*. [online] Disponible en: <http://jornadasfilo.fahce.unlp.edu.ar/viii-jornadas-2011>
- Juansanchezporta.com. (2016). *Juan Sánchez Porta*. [online] Recuperado de: <http://www.juansanchezporta.com>
- Konigsberg, I., Herrando Pérez, E. y López Martín, F., (2004). *Diccionario técnico Akal de cine*. Tres Cantos, Madrid: Akal Ediciones.
- Kundera, M. (2002). *La insoportable levedad del ser*. México D.F.: F bula Tusquets.
- Luna Escudero, M. (2008). Crítica del arte kitsch en "La flor de mi secreto", de Pedro Almodóvar. *Konvergencias Literatura*, [online] 9, (p.40). Recuperado de: <http://www.konvergencias.net/lunaescudero117.pdf>
- Marín, J.M. y Torrent, R. (2016). *Breviario de diseño industrial: función, estética y gusto*. Madrid: Cátedra, 2016. Cap.9 : Los estratos del gusto. De la elegancia al kitsch. (p.176-195)
- Moles, A. (1990). *El Kitsch. El arte de la felicidad*. Barcelona: Paidós.
- Morales, D. (2015). *Arte kitsch: más allá del mal gusto - Cultura Colectiva*. [online] Cultura Colectiva. Recuperado de: <http://culturacolectiva.com/arte-kitsch-mas-alla-del-mal-gusto/>
- Moreno, E. (2003-2004). La cara kitsch de la modernidad. *Documentos Ling isticos y Literarios UACH*, [online] (26/27). Recuperado de: http://humanidades.uach.cl/documentos_linguisticos/document.php?id=48
- OCIMAG. (2015). *DAVID LACHAPELLE FOTOGRAFÍA*. [online] Recuperado de: <http://www.ocimagazine.es/foto-david-lachapelle/>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Olalquiaga, C. (2007). *El reino artificial. Sobre la experiencia kitsch*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Orojondo (2016). *Home*. [online] Recuperado de: <http://orojondo.bigcartel.com>
- Pina, A. (2014). *FOCUS el Blog de Andrés Pina*. Recuperado de: <http://www.andrespina.es>
- Rambla, W. (2007). *Estética y diseño*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Reimann, H. (1936). *Das Buch von Kitsch* (p.13), Múnich: R. Piper & Company Verlag.
- Sánchez Casado, A. (dir.) (1988). *El kitsch español*, Madrid: Temas de Hoy.
- Sánchez, J. (2016). *Juan Sánchez Porta página oficial*. Recuperado de: <http://www.juansanchezporta.com>
- Scruton, R. (2016). *El poder extrañamente duradero del kitsch*. [online] [Catholiceducation.org](http://www.catholiceducation.org).
Recuperado de: <http://www.catholiceducation.org/es/cultura/arte/el-poder-extranamente-duradero-del-kitsch.html>
- Sontag, S. (1996). Notas sobre lo camp. En *Contra la interpretación*. Madrid: Alfaguara.
- Varderi, A. (2015). *De lo sublime a lo grotesco: kitsch y cultura popular en el mundo hispánico*. Madrid: Devenir.
- Walker, J.A. (1992). *Glossary of Art, Architecture and Design since 1945*. Nueva York: G. K. Hall & Company.
- Wordreference, (2016). *English to French, Italian, German & Spanish Dictionary - WordReference.com*.
[online] Recuperado de: <http://www.wordreference.com>

CAPÍTULO VIII
LISTADO DE IMÁGENES

8.1. LISTADO DE IMÁGENES

- Figura 1.** *Great Exhibition*, 1851. Fuente: <http://img.aws.ehowcdn.com/intl-620/ds-photo/getty/article/171/204/92823273.jpg> p. 11
- Figura 2.** Dielman, F., 1890, *The Widow*. Fuente: http://rocksalted.com/wp-content/uploads/2016/05/The_Widow_Boston_Public_Library-818x1024.jpg p. 12
- Figura 3.** Lachapelle, D., 2009, *Rape of África*. Fuente: <http://davidlachapelle.com> p. 13
- Figura 4** Jessica Harrison, 2014, *Painted Lady 12*. Fuente: http://www.glits.mx/wp-content/uploads/2016/04/Harrison_Paintedlady121.jpg p. 15
- Figura 5.** Jessica Harrison, 2014, Roberta. Fuente: [http://www.jessicaharrison.co.uk/USERIMAGES/Jharrison_Roberta_01\(1\).jpg](http://www.jessicaharrison.co.uk/USERIMAGES/Jharrison_Roberta_01(1).jpg) p. 15
- Figura 6.** Dukepope, 2006, *Digital Collage*. Fuente: <http://www.dukepope.com/collage.html> p. 16
- Figura 7.** Jacques Demy, 1967, Fotograma de la película *Les demoiselles de Rochefort*. Fuente: <https://i.ytimg.com/vi/mugj9s90Jx4/maxresdefault.jpg> p. 18
- Figura 8.** Carmen Miranda, 1941, *That Night In Rio*, Fuente: <https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/d8/c5/aa/d8c5aa663f5d197a321f823d73b35866.jpg> p. 19
- Figura 9.** Irvine, L., 1972, *Divine in John Waters' Pink Flamingos*. Fuente: <http://wwoon.com/pin/divine-in-john-waters-39-pink-flamingos-1972-photo-lawrence-irvine-pin-up-photos-divine-gay-heroes-pink-flamingos-john-waters-waters-gang-drag-queen-halloween-ideas-classic-men.html> p. 20
- Figura 10.** Almodóvar, P., 1988, Mambo Taxi, Fotograma de la película *Mujeres al Borde de un ataque de nervios*. Fuente: <http://pics.imcdb.org/0is328/peugeot505bev9.5097.jpg> p. 21
- Figura 11.** Almodóvar, P., 1988, Mambo Taxi, de la película *Mujeres al Borde de un ataque de nervios*. Fuente: http://cineplex.media.baselineresearch.com/images/270356/270356_full.jpg p. 21

- Figura 12.** Juan Gatti, 2008, Cartel Baile de la Rosa de Mónaco. Fuente: <http://www.dimeic.com/juan-gatti/> p. 22
- Figura 13.** Pedro Almodóvar, 1990, Fotograma de la película ¡Átame! Fuente: Captura propia p. 23
- Figura 14.** Ouka Leele, 2014, Fotografía Familia Sálvame. Fuente: http://www.formulatv.com/images/fgaleria/42500/42513_protagonistas-salvame-retratados-ouka-leele-motivo-quinto-aniversario.jpg p. 23
- Figura 15.** Lachapelle, D., 2003, *Jesus is my Homeboy*. Fuente: http://prod-images.exhibite.com/www_lachapellestudio_com/DLC_JESUS_HOMEBOY_LASTSUPPER_WIDE_MPR_03_70023.jpg p. 26
- Figura 16.** Jeff Koons, 2013, *ART POP*, Portada álbum Lady Gaga. Fuente: <http://www.jeffkoons.com/sites/default/files/artwork-images/artpop-ladygaga.jpg> p. 28
- Figura 17.** Ms Nina, 2013, *Reza por mí*. Fuente: <https://www.instagram.com/p/7nosFlpalO/> p. 29
- Figura 18.** Gaultier, J.P., 2001, Campaña perfume *LE MALE*. Fuente: <http://www.thefashionisto.com/wp-content/uploads/2016/02/Jean-Paul-Gaultier-Fragrance-Campaign-Le-Male.jpg> p. 30
- Figura 19.** Pierre et Gilles, 1997, *La Sirene et le Marin*; Fuente: https://scontent-mad1-1.xx.fbcdn.net/t31.0-8/823382_171504119716311_1104798532_o.jpg p. 31
- Figura 20.** Pierre et Gilles, 1991, *La Voyante*, Fuente: https://www.accaonline.org.au/sites/default/files/800_Pierre%20et%20Gilles%20postcard_La%20Voyante_Marie%20France1991-1_0.jpg p. 32
- Figura 21.** Casanova, E., 2013, Cartel cortometraje *Fumando espero*. Fuente: <http://eduardocasanova.es/es/cortos/fumando-espero/images/galeria/carteles/02.jpg> p. 34
- Figura 22.** Dutch, K., 2013, *Selfie*. Fuente: <https://www.instagram.com/kitscheart/> p. 35

- Figura 23.** Dutch, K., 2013, *Transcend*. Fuente: <https://www.instagram.com/kitscheart/> ...p. 36
- Figura 24.** Dutch, K., 2015, *Do Not 'Funk' with Frida*. Fuente: <https://www.instagram.com/kitscheart/>p. 37
- Figura 25.** Dutch, K., 2016, *Random Gold Pop Art*. Fuente: <https://www.instagram.com/kitscheart/>p. 38
- Figura 26.** Dutch, K., 2016, *Bullfight*. Fuente: <https://www.instagram.com/kitscheart/>p. 39
- Figura 27.** Artefacto, 2014, Fotografía de los artistas Franco Donati y Santi Carbonar. Fuente: <http://www.artefactomadrid.com/about-me>p. 40
- Figura 28.** Artefacto, 2014, *All seeing eye-wonders*. Fuente: https://www.instagram.com/artefacto_madrid/.....p. 41
- Figura 29.** Artefacto, 2014, *Platos sobre chester verde*. Fuente: <http://www.artefactomadrid.com>p. 42
- Figura 30.** Artefacto, 2013, *Flamingos XL*. Fuente: <http://www.artefactomadrid.com>p. 42
- Figura 31.** Artefacto, 2012, *Queen of the birds*. Fuente: <http://www.artefactomadrid.com>.p. 43
- Figura 32.** Artefacto, 2012, *Queen of the birds*. [Detalle1] Fuente: <http://www.artefactomadrid.com>p. 44
- Figura 33.** Artefacto, 2012, *Queen of the birds*. [Detalle2] Fuente: <http://www.artefactomadrid.com>p. 44
- Figura 34.** Artefacto, 2014, *Human anatomy lamp*. Fuente: <http://www.artefactomadrid.com/product/human-anatomy-lamp>p. 45
- Figura 35.** Orojondo, 2015, Fotografía del artista en una de sus exposiciones en Salvajeshop, Granada. Fuente: <https://www.instagram.com/orojondo/>.....p. 46
- Figura 36.** Sánchez Porta, J., 2012, Flamenca gaseada de extrarradio madrileño. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com>p. 47

LISTADO DE IMÁGENES

- Figura 37.** Sánchez Porta, J., 2012, Tú lo que quieres es que te coma el tigre. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com> p. 48
- Figura 38.** Sánchez Porta, J., 2014, Yo conduzco, ella me guía. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com> p. 48
- Figura 39.** Sánchez, J., 2014, Instalación específica en LALITERA10 para Open Studio. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com> p. 49
- Figura 40.** Sánchez, J., 2014, La jilguera no baila (rebautizada como La Pantoja). Fuente: <http://www.juansanchezporta.com> p. 50
- Figura 41.** Sánchez, J., 2014, Escenas neocostumbristas. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com> p. 50
- Figura 42.** Sánchez, J., 2014, Angustias con Mantilla de Zuloaga 2.0. Gif. Fuente: <http://www.juansanchezporta.com> p. 51
- Figura 43.** Oro Jondo, 2015, After Conceptual. Fuente: <https://www.instagram.com/orojondo/> p. 52
- Figura 44.** Oro Jondo, 2016, Abanico. Fuente: <https://www.instagram.com/orojondo/> p. 53
- Figura 45.** Moschino, 2015, *Milan Fashion Week primavera/verano*. Fuente: <https://www.instagram.com/itsjeremyscott/> p. 57
- Figura 46.** MTV, 2013, *Alaska y Mario*. Fuente: <http://estaticos.elperiodico.com/resources/jpg/8/4/alaska-1441550313348.jpg> p. 58

CAPÍTULO IX

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO 1. Entrevista realizada a Juan Sánchez Porta

1. ¿Qué es para ti el kitsch?

El término o concepto kitsch como todo en el arte es algo muy ambiguo y relativo, para mí no hay ninguna verdad universal en los conceptos que tienen que ver sobre arte o estética, todo depende de la experiencia de cada individuo. Aunque sí que existe una definición genérica para este término, para mí el kitsch no se queda solo en el aspecto pretencioso de algo. Por lo menos creo que desde los 60 hasta ahora ha evolucionado siendo una estética que esconde numerosas formas de mirar la vida y reflexionar sobre nuestra sociedad tras correr el velo superficial que envuelve lo kitsch.

Si bien sus orígenes fueron algo así como el intento de llevar el arte, o las artes decorativas a las masas, con una estética proveniente del ornamento romántico y neoclásico, que en nuestro país se asentó profundamente a mediados del siglo pasado con la llegada de la clase media, hoy en día es un objeto de culto o desprecio según quien lo mire, y que ha pasado a ser precedido por el diseño simple, véase Ikea, que para mí es el nuevo kitsch, pero ahora vacío de contenido, como fue el kitsch en su época dorada, pero que seguramente dentro de unos años, se encuentre en este estilo nórdico, un gran contenedor de información sobre nuestra sociedad actual.

Para que entiendas lo que te quiero decir, por ejemplo en 2001, cuando salió el videoclip Bootylicious de las Destiny's Child (por poner un ejemplo concreto), veías que eran lo más, iban a la moda que te cagas, y con un estilo que se te caen las bragas al suelo. Bien, si miras el mismo videoclip hoy, ves una fuente inagotable de horterísimo, lo que fue lo más en su día, hoy es algo 100% kitsch. Por tanto, el kitsch podría ser la moda o la estética que fue sobresaliente en la cultura mainstream en una etapa o espacio temporal, pero que al caducar y desfasarse, esa elegancia se convierte en kitsch. Por eso, esta estética va cambiando sus valores según pasa el tiempo y nos va hablando de lo sucedido en un marco espacio-temporal definido. En ese ornamento casposo, se encuentra la repuesta de lo que somos y de dónde venimos, que no es más que una sociedad material carente de valores profundos que se rige por lo que los mass medias te meten entre pecho y espalda de una manera desconsiderada y que tiene que ver con el consumo de nuestra sociedad capitalista. Eso es para mí el kitsch hoy en día, el estudio de los referentes pasados que se perpetuaron en nuestra sociedad por los motivos que sean, y pasan de moda.

2. ¿Crees que el kitsch tiene unas características concretas? ¿Cuáles?

Las tiene, supongo que basándonos en el concepto más genérico y superfluo para que algo sea kitsch tiene que ser hortera, pretencioso, de mal gusto, banal, excéntrico, cursi...., aunque ya te digo, mirando este tipo de obras con ojo crítico siempre se ve más allá, y salen a la luz reflexiones ocultas sobre la sociedad en la que vivimos y nuestro modo de vida consumista carente de valores profundos.

3. ¿Creas kitsch intencionadamente o te sale natural como forma de expresión?

Empecé envolviendo mis obras con aire kitsch de forma intencionada, para hablar un poco de lo que te comento en las respuestas anteriores, pero ahora se podría decir que me sale de forma natural. El kitsch me ha comido ;)

4. ¿Cómo surgió que comenzaras a realizar obras de esta estética?

Me interesa mucho reflexionar sobre la cantidad de información visual a la que estamos sometidos día tras día en nuestra sociedad. Ingerimos a diario una cantidad vomitiva de imágenes que creemos digerir pero no es así. Estamos sobreexpuestos a demasiados estímulos visuales. Vivimos

rodeados de iconos y elementos visuales que a priori se nos muestran en una forma que parece que no nos afectan, pero su carácter omnipresente modula e interfiere en nuestra conducta. Así que partiendo de esta reflexión, empecé a adoptar las estrategias y recursos visuales de la estética publicitaria para evidenciar el adoctrinamiento de nuestra sociedad por parte de esta.

5. ¿Por qué eliges esta opción estética, quieres decir algo? ¿Tus obras tienen un trasfondo de reivindicación o crítica, o simplemente es algo ornamental?

No es algo meramente ornamental, por supuesto que no. Intento que tras ese primer contacto, se puedan apreciar ciertas reflexiones a las que intento llegar a través del uso de lo recargado, y mediante el uso de la ironía, ya que creo que es la mejor forma de entablar una conexión emisor-receptor en mundo de la creación artística. Mediante el uso de imágenes y elementos ya connotados por su propia naturaleza, se eliminan muchas barreras a la hora de llegar al público, pues este se siente identificado con la obra al reconocer ciertos elementos de esta, y tras este primer contacto, puede llegar a descubrir que hay algo más, que no se queda solo en la fachada, que la obra intenta decir algo más.

6. ¿Cuáles son tus referentes o inspiraciones a la hora de crear?

Tengo miles y de muy diversa índole.

En cuanto a artistas plásticos te puedo nombrar pioneros del collage como Frank Stella o Mimo Rotella. Otros menos conocidos como Ernesto Muñoz, Nono bandera, Carlos Pazos, Víctor Cámara. Grandes del Pop como Warhol, Julian Schnabel, Basquiat, Yayoi Kusama, Robert Rauschenberg, Jeff Koons, Damien Hirst o españoles de este campo como Jorge Galindo, Juan Ugalde, Las Costus... También más conceptuales como Mateo Maté, Pilar Albarracín o Cristina Lucas. Fotógrafos como Terry Richardson o García-Alix.... etc, etc. Se me olvidan muchos que ahora no caigo pero que seguramente hasta me influyan más que algunos de los que te nombro. Tampoco te nombro a los grandes Maestros del Arte a lo largo de la historia porque es evidente que son referentes para cualquiera.

Me intereso también mucho por artistas o creadores jóvenes, contemporáneos a mí, amigos y conocidos, compañeros que tuve en la facultad de los que aprendo mucho ya que están a mi nivel en cuanto a experiencia en el mundo del arte, gente cercana con la que puedo hablar, debatir, contemplar sus obras o las mías y dialogar... estas cosas afectan mucho de manera positiva a la hora de crear obra.

Luego también el cine (Almodovar y John Waters) y la música Desde lo más mainstream a lo más desconocido e independiente. Me centro y estudio mucho a las grandes divas de la Canción española, Lola Flores sobre todo, y dentro del concepto divas también entra Raphael o Tino Casal.

También te diré que todo lo anterior nombrado me puede influir menos que el salón de casa de mi abuela, un paseo por El Rastro de Madrid o una tarde viendo vídeos en Youtube con algún amigo.

El estilo Memphis y las estética de los 80's y 90's también también están muy presentes.

7. ¿Realizas obras con otro tipo de estética?

Puedes ver mi página www.juansanchezporta.com para ver otro tipo de obras, leer textos y tal, aunque hay algunas piezas "que no son tan kitsch" la reflexión sobre el tratamiento del poder de la imagen siempre está presente.

8. ¿Crees que la sociedad en la actualidad ya acepta y valora los excesos en el arte? ¿Funciona el mercado del kitsch?

La sociedad en general en su sentido más llano y amplio ni acepta ni valora los excesos, ni lo simple, ni nada en el arte, porque el arte tiene un público muy reducido, a nuestro sistema educativo no le interesa que tengamos un conocimiento amplio ni una mirada educada con respecto al arte y a las humanidades en general, aunque creo que esto está cambiando muy poco a poco. Pero no tienes más que preguntar a cualquier persona de tu alrededor que te diga el nombre de 10 artistas vivos y te dirán Antonio López, se pondrán a pensar y no sabrán decirte muchos más, luego pregúntales por el nombre de 10 futbolistas vivos y te dirán 500. Con eso te lo digo todo. Con esto no quiero decir que las personas a las que les interesa o les gusta el arte sean mejor ni peor que las que "no entienden" de arte, te quiero decir que a mi parecer no se fomenta el estudio en arte en nuestras vidas porque no interesa que la sociedad tenga un conocimiento amplio sobre diferentes disciplinas, no interesa una sociedad con pensamiento crítico.

En cuanto a si funciona el mercado del Kitsch, pues depende a quien le preguntes, Jeff Koons te dirá que sí, pero pocos más te dirán que sí, hagan kitsch o hagan otro estilo, en España no hay mercado de arte, hay cuatro coleccionistas y luego fundaciones e instituciones que compran valores seguros sean kitsch o no.

9. ¿Tienes idea del futuro que le deparará al kitsch?

Kitsch never dies, como te dije antes, las tendencias que ahora son punteras, mañanas serán kitsch.

ANEXO 2. Entrevista realizada a Kitschiness

1. ¿Qué es para vosotras el kitsch?

Es como decorar con rosas un excremento. Como decía Kundera, *el kitsch es la negación absoluta de la mierda; el kitsch elimina de su punto de vista todo lo que en la existencia humana es inaceptable.*

2. ¿Creéis que el kitsch tiene unas características concretas? ¿Cuáles?

El kitsch debe apelar directamente a las emociones más primarias. Una obra kitsch debe despertar en el espectador expresiones de asombro, asco, adoración, etc. Pero siempre expresadas a través de onomatopeyas: oh! aish... uggh! argg! ... Se expresa a través de la superficialidad, de lo plástico y artificial.

3. ¿Creáis kitsch intencionadamente o por el contrario os sale de manera espontánea como forma de expresión?

En un inicio no nos planteamos una línea estética concreta, aunque poco a poco nos convertimos en yonkis del Kitsch. Desde entonces nos dejamos llevar por su poder.

4. ¿Cómo surgió que os unierais y comenzárais a realizar obras de esta estética?

Nos conocimos en la Escola d'Art de Vic, cursando la Diplomatura en Diseño Gráfico. Gracias a nuestros intereses y gustos comunes, empezamos a compartir ideas e inquietudes y comenzaron a surgir ideas que, en un principio, no nos planteamos de manera práctica.

En diciembre de 2011 decidimos participar en una feria que organizaba anualmente la Escuela, coincidiendo con el Mercado Medieval de Vic. En aquella época se llamaba "Fira Oh!riginals" y alumnos y ex alumnos de la Escuela podían participar en ella con obras gráficas y artesanales.

Es en este momento cuando nace el proyecto de los Jesusitos en una de nuestras visitas habituales a un bazar chino, en búsqueda de inspiración. De manera casi fortuïta surge la idea de transformar la clásica figura del pesebre para convertirla en un nuevo icono pop. Nuestro primer prototipo fue el niño caníbal, fruto de un accidente: haciendo pruebas con una de las piezas, se nos cayó al suelo y se rompió una de las piernas, a partir de ahí cogimos ese fragmento y reconstruimos la figura de manera que el niño aparece comiéndose a sí mismo. Al mismo tiempo fueron surgiendo otros

personajes, pensándolos prácticamente a la vez que los pintábamos.

5. ¿Vuestras obras tienen un trasfondo de reivindicación o crítica, o simplemente es algo ornamental?

Ninguna creación artística es inocente, aunque no buscamos la reivindicación ni crítica racional a través de nuestras obras. La provocación es nuestro estado natural, aunque no nos importa que se usen nuestras obras como simples ornamentos.

6. ¿Cuáles son vuestros referentes o inspiraciones a la hora de crear?

Los bazares chinos, la purpurina, Mónica del Raval, John Waters, La Movida, el travestismo, el rosa, cualquier estética religiosa que tenga color, los mercadillos, Disney, Russ Meyer, las chonis, Lachapelle, las bodas gitanas, el barroquismo,

nuestra Trasobares, Pierre et Gilles y la casas de todas las abuelas amantes de la porcelana.

7. Vosotras como artistas, ¿Realizáis obras con otro tipo de estética?

Sí, a nivel individual cada una tiene sus inquietudes artísticas pero al juntarnos sale lo mejor de nosotras.

8. ¿Creéis que la sociedad en la actualidad ya acepta y valora los excesos en el arte?

Como en la vida misma, hay ciertos círculos artísticos que excluyen a otros. Por suerte, la sociedad no es una masa uniforme y el exceso encuentra su público entre la deformidad.

9. ¿Funciona el mercado del kitsch? Tras haber investigado un poco vuestra obra he descubierto el proyecto que habéis realizado con Wallapop, el cual me parece super chulo e interesante. ¿El proyecto ha tenido aceptación?

Sin duda hay mercado para el kitsch, aunque todavía no hemos encontrado la manera para poder vivir de él. Son tiempos difíciles...bla,bla,bla. El proyecto con Wallapop aún está por finalizar, pero en general ha gustado mucho. Estamos contentas de haber participado en él, ya que se pusieron en contacto con nosotras porque les interesó nuestra obra y esto siempre se agradece.

10. ¿Tenéis idea del futuro que le deparará al kitsch?

El Kitsch no morirá, mientras siga vivo en el espíritu del que mira, Amén.