

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS
CURSO 2018-2019

CAMP, FANTASÍA IRÓNICA Y DECONSTRUCCIÓN POSMODERNA

CLAUDIA ROMEU DOMINGUEZ

Tutor: Jesús Félix Pascual Molina

SEGOVIA, DICIEMBRE de 2019

Resumen:

En el presente trabajo se pretende trazar un paralelismo entre la inseguridad conceptual y ontológica, fruto de la deconstrucción antiesencialista posmoderna y las narrativas *queer* del siglo pasado. Asimismo, se plantea como objetivo general el reflexionar cómo la corriente principal cultural y popular las ha adaptado para hacerle frente al cambio de paradigma provocado la globalización e Internet en el siglo XXI, aún cuando el colectivo sigue lidiando con viejos estigmas y está lejos de incorporarse a la experiencia social normalizada.

Palabras Clave: Deconstrucción, posmodernidad, ironía, género, opulencia, queer

Abstract:

This essay, intends to draw a parallel between conceptual and ontological insecurity, as a result of postmodern anti-essentialist deconstruction and queer narratives of the last century. Likewise, the general objective is to reflect on how the cultural and popular mainstream has adapted them to face the paradigm shift caused by globalization and the Internet in the 21st century, even when the collective continues to deal with old stigmas and is far from being incorporated to the normalized social experience.

Keywords: Deconstruction, postmodernity, irony, gender, opulence, queer

Índice

1. Justificación.....	3
2. Objetivos.....	7
3. Estado de la cuestión.....	8
3.1 Posmodernidad reflejada en la construcción de identidad actual.....	8
3.2 ¿Es nuestra identidad una farsa? Antiesencialismo y fluidez.....	9
3.3 ¿Cómo deberíamos definirnos a nosotros mismos? Experiencia transgénero, humanidad y feminismo en el siglo XXI	12
3.4 ¿Vale algo la pena? Posmodernismo de oposición y oposición desde el cuidado.....	19
4. Camp, fantasía irónica y deconstrucción posmoderna.....	22
5. Conclusiones.....	46
6. Bibliografía.....	53
7. Anexos.....	56

1. Justificación

¿Por qué este trabajo? Mi motivación principal es la curiosidad y una incógnita sin resolver. Quien haya pasado varios años navegando en redes sociales, foros o espacios de interacción en la web (es decir, un porcentaje alto de mi generación), pudo haberse dado cuenta de la tendencia socarrona y pesimista que sirve de denominador común en la mayoría de comunidades virtuales y cómo esta jerga, esta forma de entender la realidad y estas manías, por decirlo de alguna manera, se han ido filtrando de forma sutil a otros medios, hasta estar presentes en mucha comunicación comercial o incluso informativa. Puede achacarse a la influencia *millennial*, que empieza a relevar a la generación anterior pero, aparte de esto, es algo también presente en el cine o en sectores menos accesibles.

La presencia de minorías *queer* y de grupos LGBTIQ en los foros online ha crecido exponencialmente en la última década, ayudada por la nueva ola feminista y en parte debido al anonimato y al carácter libre y comunitario de las redes sociales. Ahora veo muchas características coincidentes a nivel sociológico entre estos grupos de internet y la sociedad general. Este trabajo es un intento de descubrir primero si no me equivoco y segundo, el por qué de esta tendencia.

Un trabajo de fin de grado (en adelante TFG) de una disciplina del ámbito de la comunicación, como es la publicidad, es el medio perfecto, ya que a lo largo del texto se analizan tendencias, la intertextualidad existente entre ellas y, de algún modo, se predice el camino para años futuros. Estudiar cómo está cambiando la comunicación comercial y no comercial y cómo la primera debe adaptarse a los valores posmodernos del nuevo siglo, es una buena forma de hacer un ejercicio de investigación muy útil de cara al futuro de la industria, cómo está al alza la responsabilidad en la práctica y cómo el consumidor es cada vez más perspicaz y crítico respecto a una comunicación que no se interesa en llevar a cabo lo que promete, sobretodo en un momento en el que la ética y la responsabilidad social son valores esenciales en la filosofía y práctica de cualquier marca.

Además, un TFG debe desarrollar una serie de competencias, como las que se recogen en la correspondiente guía de la asignatura¹. Entre ellas, se destacan las siguientes en relación con el presente TFG:

- Competencias generales:
 - CG-1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.
 - CG-2. Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
 - CG-3. Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.
 - CG-4. Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
 - CG-5. Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
 - CG-6. Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

¹ Las competencias relativas al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas se encuentran en: http://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.01.grados/2.01.02.ofertaformativagrados/documentos/publicidad_competencias.pdf. Por otro lado, las competencias concretas señaladas para el TFG, aparecen en la guía de la asignatura, accesible en: https://alojamientos.uva.es/guia_docente/uploads/2019/458/42877/1/Documento.pdf.

- Competencias específicas:

- CE-1. Conocimientos fundamentales de comunicación, que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.
- CE-3. Capacidad para entender e interpretar el entorno y adaptarse al cambio.
- CE-4. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.
- CE-5. Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

Además, podemos relacionar con este TFG las siguientes competencias profesionales señaladas en general para la titulación:

- CE-14. Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.
- CE-15. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
- CE-18. Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes

Por último, asimismo se indican para este TFG las siguientes competencias transversales de entre las señaladas para la titulación:

- CE-21. Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.
- CE-22. Preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.

- CE-23. Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos
- CE-25. Capacidad para actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.
- CE-27. Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.

2. Objetivos

En el presente trabajo se pretende trazar un paralelismo entre la inseguridad conceptual y ontológica, fruto de la deconstrucción antiesencialista posmoderna, y las narrativas *queer* del siglo pasado. Asimismo, se plantea como objetivo general el reflexionar cómo la corriente principal cultural y popular las ha adaptado para hacerle frente al cambio de paradigma provocado la globalización e Internet en el siglo XXI, aún cuando el colectivo sigue lidiando con viejos estigmas y está lejos de incorporarse a la experiencia social normalizada.

Para ello, se han definido los siguientes objetivos específicos:

- Explorar ejemplos de la contracultura *queer* a lo largo del siglo XX y, cómo ha sido absorbida en el siglo XXI, gracias por una parte a la nueva ola feminista y el activismo LGTB, y por otra a la mercantilización de dicha lucha por el sistema de consumo, creando comunicación comercial aparentemente responsable, que solo se preocupa de la rentabilidad e imagen de marca.
- Hacer una reflexión sobre si esta visibilidad, aunque superficial, es realmente beneficiosa o solo apariencia.
- Utilizar el estilo Camp, el estilo gay por antonomasia a lo largo del siglo pasado, para trazar dichos paralelismos con los valores al alza en la era de Instagram: la parodia, la opulencia sin tapujos, la deconstrucción de conceptos, el gusto por el lujo, la primacía de la imagen por encima de todo y una visión irónica de la vida
- Reflexionar sobre el nihilismo posmoderno y cómo adaptarse a la inseguridad ontológica sin caer en el rechazo y el conservadurismo que propugnan los nuevos movimientos de extrema derecha ni en un nihilismo pesimista.

3. Estado de la cuestión

3.1. Posmodernidad reflejada en la construcción de identidad actual

Para definir la sociedad actual utilizamos el término posmodernidad, concepto ya muy estudiado a lo largo del último medio siglo, y pese a que su definición sigue siendo escurridiza entre teóricos (Aylesworth, 2015), hay varios factores comunes, como son la deconstrucción de conceptos, el rechazo ante la universalidad del relato histórico y una subjetividad inescapable.

No tengo muy claro si esta concepción es causa o efecto de la inestabilidad presente, pero sí va acorde con los tiempos. El mundo actual está lleno de contradicciones y “no-verdades”. Como si hubiéramos despertando de un trance para descubrir que todo lo que creíamos seguro no es más que un decorado (similar a lo que narra la película *El Show de Truman*—Peter Weir, 1998—, incluyendo su referencia al relato publicitario: exagerado, hiper-perfecto y, en definitiva, falso) Pero este decorado es lo que mantenía el tejido de la sociedad unido. Sin él nos quedamos con la dudosa seguridad de que simplemente *parecía* ser real.

Parecer es la palabra clave aquí. Nuestra sociedad actual se basa en “parecer”. La imagen impera sobre el contenido, el impacto inicial sobre la profundidad. Y así llevamos nuestras vidas. Lo revolucionario de algún discurso es decir que esta mentira sobre la estabilidad discursiva lleva ahí desde el principio.

Pero este despertar, o esta destrucción de todo lo conocido, lo que prefiera cada uno, no es nuevo. Empezó en el siglo pasado. O por lo menos empezó a mostrar los dientes en 1905, cuando la teoría de la relatividad especial enunciada por Einstein refutó las bases de la física en cuanto se conocían. O en 1907 cuando Picasso se burló en la cara de la representación figurativa, dando pie a que unos años después Duchamp lo hiciera del arte en general y que Andy Warhol recogiera el testigo poniendo en cuestión del arte con mayúsculas, y elevando la cultura de la calle a la categoría más alta (Young & Priest, 2016).

Sobre destrucción y burla de lo establecido se ha construido la cultura popular que conocemos, si bien ahora se compone de objetivos comerciales. (Que quizás sea algo que ninguno de los antes mencionados pretendieran con sus planteamientos. Mueres siendo un héroe o vives lo suficiente como para convertirte en vilano.)El caso es que ese cuestionamiento revolucionario sobre la legitimidad de las cosas ha dado pie a que hoy en día hagamos caer el decorado y tengamos que decidir entre seguir construyendo mas a nuestro alrededor bajo la premisa de que, *hey*, al menos hay paisaje, aunque esté patrocinado, o la absoluta inmensidad del abismo mirando de vuelta. Sin nada que no sea nosotros mismos y la seguridad en que todo lo que creíamos que “era” es mentira. ¿No?

Pero si nos apoyamos en esas mentiras para construir nuestra identidad, ¿Esta también lo es? ¿Si es así, cómo deberíamos definirnos a nosotros mismos? ¿Vale algo la pena?

3.2. ¿Es nuestra identidad una farsa? Antiesencialismo y fluidez

El sociólogo Stuart Hall (1989) diferencia dos enfoques teórico-ideológicos: una primera visión esencialista (y occidentalista) que muestra la identidad como un conjunto de atributos universales e inamovibles, que tiene su origen en la historia, contexto y sociedad donde se enmarca el sujeto(vamos a llamarle el decorado) y este a su vez se identifica con ellos mediante símbolos concretos.

Por ejemplo, dentro de la “identidad americana”, podemos encontrar símbolos como la bandera, tradiciones como la *Super Bowl*, características sociales comunes como el acceso legal a armas de fuego y el debate a su alrededor, o históricas, como la Guerra de la Independencia (Barker, 2003).

Pero pronto se nos plantea un problema: la yuxtaposición de estos signos con otros aparentemente contradictorios en el mismo individuo. Por poner un ejemplo, una persona afroamericana tendrá problemas para conciliar su sentimiento de identidad negra con la identidad tradicional americana. Un americano negro estaría redefiniendo

la idea de americano y viceversa, en tanto que la identidad negra puede abarcar otras nacionalidades, costumbres, historia...

Y no solo una persona de color de nacionalidad americana no será igual que una de nacionalidad inglesa o de Costa de Marfil, sino que generalizar bajo el término "identidad negra" elimina todas estas diversidades, por no hablar de las diferencias de estatus, capacidad económica o género: estaríamos reduciendo a las personas al criterio de *raza*, y por lo tanto construyendo un discurso racista.

Según Barker (2003), "criticar el esencialismo permite a los afroamericanos afirmar múltiples identidades negras y una variada experiencia negra en contraste con las concepciones supremacistas blancas que reducen a la gente a su color de piel" (p. 60).

La segunda postura que describe Hall (1989) es la antiesencialista. Para explicar esta postura, se apoya en la teoría de la semiótica de Saussure, comparando la formación de la identidad con la del signo lingüístico.

Según la semiótica, la asociación concepto-símbolo (a lo que Saussure llama signo lingüístico y que supone la mínima unidad conceptual de la que se compone el lenguaje) viene definida por su relación de diferencia con otros signos lingüísticos (un árbol es un árbol porque no es cualquier otra cosa).

Hall (1989) también cita al filósofo Jaques Derrida afirmando que este va más allá, eliminando de la ecuación el elemento externo "fijo" o "físico", al que se remite el signo lingüístico, por lo que toda definición existente tendrá como punto de apoyo su diferencia respecto a las que le rodean, y fluctuará dependiendo del resto de definiciones con las que comparte su contexto. Si añadimos a esto la influencia mutua de estos significados, su evolución respecto al contexto histórico-social, y cómo este influye en el lenguaje, nunca podremos contar con definiciones universales, si no conceptos cambiantes en relación con una sociedad concreta y sus individuos. Derrida llama a esta construcción de conceptos (siempre en movimiento) *différance* (Hall, 1989)

Trasladando esta idea al tema principal, tampoco existe una identidad esencial, universal y fija que descubrir dentro de nosotros mismos, sino que esta viene definida

dentro de unos vectores de semejanza y diferencia (género, sexualidad, raza, estatus, etc.) cuya relación entre sí la construyen, y que por lo tanto depende del contexto del sujeto:

No es lo mismo ser “blanco” en Europa, que en Estados Unidos. La discriminación en un lugar u otro es muy diferente. Muchas características físicas de la gente mediterránea se consideran “no blancas” en EE. UU., con todo lo que conlleva. Mientras que en Europa la discriminación se define más bien en parámetros de nacionalidad y no etnia. Por no hablar de lo ajeno que es a nosotros la multiculturalidad de los continentes asiático u africano con todas sus características.

El choque cultural es un gran ejemplo de cómo nos definimos por el decorado local, tomándolo como “verdadero” hasta que nos damos cuenta de que el mundo es vasto y ancho, no solo física, pero también discursivamente hablando.

De esta forma. Citando a Barker (2003), podemos considerar a los individuos: “como la articulación única e históricamente específica de elementos discursivos a la vez contingentes y socialmente determinados (...) sin que exista relación necesaria o automática entre los distintos discursos de la identidad”(p. 62).

Por lo tanto, no puede existir una identidad absoluta o universal que pueda usarse como identidad organizadora.

En resumen, nuestra identidad no es una esencia, está en continuo estado de cambio, su significado nunca estará terminado completamente (ya que depende de su definición y posición en la sociedad) y para analizarla solo podremos tener en cuenta una instantánea de sus múltiples significados en el momento concreto de la investigación. Muestra que podría quedar obsoleta en el futuro.

De aquí salen dos cuestiones: Primera, el mundo es cada vez más pequeño gracias en parte a la maldita, o bendita, depende para quien, globalización y, más actualmente, a la igual de controvertida *World Wide Web*. Segunda, con ello nuestra identidad es más inestable que nunca, ya que está abierta a todos estos cambios. Somos un reflejo de nuestro tiempo

Para más inri, Internet ha hecho que seamos capaces de experimentar este cambio cultural desde el sofá de nuestra casa.

Hoy en día, las identidades se alimentan de las narrativas fragmentadas de los medios, producto por un lado de la globalización y por otro de la hiper-conectividad que ha traído internet y las redes sociales desde el inicio del nuevo siglo.

Aunque, es importante remarcar que el punto de vista antiesencialista no niega la existencia de la identidad si no que se centra más en su fluidez y significado político dentro del intercambio de discursos que la conforman, un pastiche de definiciones que se acerca al concepto de posmodernidad.

3.3. ¿Cómo deberíamos definirnos a nosotros mismos?

Experiencia transgénero, humanidad y feminismo en el siglo XXI

A partir de la década de los 90 (Barker, 2003) se da una descentralización del sujeto, y un cambio de paradigma hacia la multiplicidad y plasticidad en la definición de identidad.

Este fenómeno se ha acentuado con la llegada del nuevo siglo, la globalización y la paradoja que ésta presenta en cuanto a su carácter “unitario”: ahora los mensajes son cada vez más personalizados, dando pie a una mayor individualización, pero vienen descontextualizados y mediados desde todas partes del mundo

En palabras de Barker (2003): “Nuestro trabajo identitario hoy en día recurre a prácticas sociales que involucran a personas ajenas y ausentes”(p. 22).

En este mundo posmoderno de la cultura de masas e instantáneas descontextualizadas, se ha desarrollado un nuevo auge del feminismo y de las teorías de género, que denuncian cómo la sociedad viene definida por las relaciones (desequilibradas) entre los sexos e introduce la noción del género (algo privado) como un elemento con influencia en el ámbito político(algo público).

Dentro del movimiento, existen diferentes ramas, dependiendo del carácter político de quién lo defienda, (existe feminismo liberal, radical, feminismo negro...) pero para este análisis nos vamos a centrar concretamente en el que presenta unos conceptos más complejos, más “guerra” ideológica y dialéctica está dando y contra el cual se levantan los discursos neofascistas y de derecha radical que se han erguido en los últimos años, además de apoyarse en muchas de las teorías antiesencialistas : el feminismo post-estructuralista o posmoderno.

Este se apoya el concepto de identidad antiesencialista de Hall, que explicamos en el capítulo anterior, caracterizado por la fluidez, subjetividad y un constante cambio respecto al paso del tiempo y la evolución del contexto social. Se basa en la idea de que todo discurso o rasgo identitario (raza, género, sexualidad...) es un constructo social y por lo tanto no inherente o universal.

Este tipo de feminismo afirma que el género, y los conceptos de masculinidad y feminidad son construcciones de carácter discursivo de las que se sirven los aparatos de poder para controlar a los individuos. Y se basa (entre otros) en las teorías de Michel Foucault, con Judith Butler como una de las principales exponentes (Harrison, 2006).

Por un lado, Foucault define al sujeto cómo “radicalmente historizado” (Castro, 2012) es decir que es plena y exclusivamente fruto de la (su) historia. Y lo presenta cómo producto del poder: el sistema lo construye a través de las instituciones, (escuelas, organizaciones, familia) que lo adoctrinan de acuerdo con su discurso, o bien lo castigan, e intentan reformar (en prisiones, hospitales y manicomios) por no encajar en la normalidad establecida, produciendo una subjetividad que fija a los individuos en un marco concreto (el decorado).

Este marco se origina con la producción de conocimiento a través del lenguaje, que define los objetos materiales y prácticas sociales, conformándolos según el punto de vista del poder y excluyendo otros modos de razonar como “inteligibles” (Butler, 2006).

¿Pero qué pasa con cuando aparecen identidades que no tienen cabida dentro del discurso imperante, o solo lo hacen bajo esa luz “anormal”? ¿Cómo pueden vivir en sociedad, si no existen (o existen “mal”) en el imaginario colectivo? ¿Cómo pueden existir para sí mismos? ¿O cómo seres humanos?

Según Judith Butler (2006), el lenguaje usa unos marcos concretos para definir lo que es humano, no solo desde el punto de vista filosófico sino desde el punto de vista de la habitabilidad de los cuerpos en sociedad.

Por un lado, tenemos la definición biológica de ser humano, y por otra la definición social, que son lo que me permite ser considerado como humano, esto es, tener un cuerpo que se lea como tal: excluyendo a individuos cuyo cuerpo no coincide con la concepción de cuerpo socialmente “válido”, y cuyo físico se patologiza: intersexuales, discapacitados, transexuales. Sus cuerpos quedan fuera de la definición de cuerpo social, y por lo tanto de la definición de humano.

El género (y con él la sexualidad) está muy atado al cuerpo: existe la idea clásica de que éste viene con el aspecto biológico, y se construye sobre la visión binaria que impera en la sociedad: los hombres tienen pene, y las mujeres vagina. Lo que se acepta(ba) históricamente como una realidad ontológica y empírica(esencialista).

Pero si estamos hablando en términos antiesencialistas, de la misma forma que una persona es percibida cómo “blanca” o no dependiendo de donde viva, lo que deja obsoleta la veracidad empírica de el concepto de “raza blanca”, ya que simplemente es una realidad contextual que depende del país en el que se inscriba, la equivalencia pene/hombre, vagina/mujer, también sería un constructo discursivo.

Para los más escépticos: pongamos el ejemplo de la tradicional historia de un hombre yéndose a la cama con una mujer, para descubrir que tenía genitales masculinos. ¿Acaso no era una mujer para él hasta ese momento? (Wynn, 2018) Es necesario entonces comprobar que el género de todos tus conocidos coincide con sus genitales? ¿No es extremadamente intrusivo? Y si la mujer del ejemplo se ha hecho la operación de cambio de sexo. ¿Seguirá recibiendo el mismo trato? ¿Dónde se define su género entonces? ¿Cómo? Si ella afirma ser una mujer desde el principio, ¿porque es

necesaria una comprobación? ¿Y donde trazamos la línea definitoria, en la operación, en la presentación o en los cromosomas? ¿Sería necesario entonces una muestra genética de todos nuestros conocidos para que podamos vivir nuestra vida?

Si una persona afirma que es de un género concreto, nadie es quién para negárselo, independientemente del aspecto de su cuerpo.

El trabajo de Judith Butler apoya esta concepción. Y no solo en cuestión de género. Podemos generalizar este dilema a la concepción social de “ser humano”. ¿Por qué una mujer con pene, (o un hombre con vagina) parece salirse de lo que consideramos un “humano normal”? ¿Y una persona con autismo? ¿O sordomuda?

¿Cómo definimos a un “humano normal”? ¿Por estadística? Entonces la definición de humano tendría que ser un hombre asiático (Worldometers, 2019).

Más bien por hegemonía ideológica y localización geográfica. Técnicamente, la definición estándar de ser humano en occidente es un hombre blanco heterosexual. Todo lo que se aleje (y cuanto más lo haga, peor) de esta definición queda relegado a la excepción, la diferencia o lo extraordinario.

Según Butler (2006), cuando tu propia humanidad se pone en tela de juicio también lo hace tu derecho a la vida, o a una vida “vivable”: si la sociedad no concibe a tu cuerpo como real o “dentro de ella” entonces tu calidad o derecho a la vida se convierte en un lujo: tu existencia en sociedad es errónea y necesita repararse. Y afirma que para desmontar esta concepción tenemos que poner en tela de juicio qué es ser humano, donde lo ubicamos y que axiomas lo definen.

Así, para permitir una vida vivible a personas que no se adaptan a nuestra idea de persona, tenemos que estar dispuestos a suspender nuestra incredulidad, salir de esta “zona de confort” y aceptar sin violencia la negación de lo que conocemos como real: desafiar los límites de nuestra concepción de la vida y sus formas, en favor de aquello que no se corresponde con lo que conocemos o entendemos. Puede que para nosotros suponga un periodo de crisis ontológica en tanto que nos adaptamos a estas nuevas realidades, pero para las personas no-tan-humanas con sus cuerpos patológicos, ser

aceptado en el imaginario social, real y válido supone una oportunidad a la vida digna y sin opresión que entendemos como derecho fundamental.

Según Butler (2006), el método por el cual podemos llegar a deshacer la realidad es la fantasía: definida como aquello que queda fuera de lo real, pero que en su oposición ayuda a concretar sus límites (de la misma forma que funciona la semiótica de Saussure: un árbol se define en comparación a lo que no es un árbol. La relación significante-significado que da lugar al signo lingüístico viene definida por su relación antagónica para con el resto de signos que comparten su espacio semántico).

Lo imposible en cierto modo define lo posible: sugiere una realidad aumentada y nos hace ser conscientes de ella y poder reflexionar sobre su funcionamiento. Para poder pasar del campo de la fantasía al de la realidad, o extrapolar estos conceptos improbables (pero ya enunciados, por lo tanto, reales en una dimensión abstracta o conceptual) necesitamos representar de alguna forma esas fantasías en las esferas de comunicación reales, normalizándolas (haciéndolas válidas, dentro de lo conocido y lo posible), en la esfera social.

Pero estas narrativas no pueden quedarse solo en la dimensión discursiva de las relaciones sociales y su contexto, también debemos tener en cuenta los lugares de interacción. El discurso de las identidades siempre irá unida a la práctica social, puedes teorizar y desmenuzar tu identidad en un intento de explicársela al mundo, pero en la práctica no tiene sentido si no actúas de forma reconocible según los roles sociales establecidos para esta.

Este problema se hace más grande para individuos que no son entendidos como "normales". Por ejemplo, una mujer transgénero necesitará actuar y presentarse de forma más obviamente femenina que una mujer cisgénero (cuyo género se corresponde con el asignado al nacer) si quiere poder vivir de acuerdo con el mismo, o correrá el riesgo de ser leída como un travesti (Wynn, 2018).

Aquí entrarán problemas como la "legitimidad" de estos comportamientos. ¿No está esta mujer transgénero alimentando o participando en la idea patriarcal de lo *femenino* que el feminismo intenta desbanicar? ¿Qué es lo *femenino* de todas formas?

¿No es un constructo social? ¿Puede definirse como todas las cualidades que históricamente se han relacionado con “el sexo débil” usadas para describir los comportamientos y prácticas que se entienden cómo negativas o secundarias dentro de una sociedad que ensalza comportamientos más agresivos o “masculinos”?

De la misma forma en la que si le damos la espalda a estas connotaciones, ¿no estamos dándole la espalda a los individuos que se sienten bien en estos roles? Después de todo, son los roles en los que hemos crecido, ¿quizás deberíamos eliminar esas connotaciones sexistas en lugar de demonizar el concepto en sí? O deberíamos permitir que cada cual adapte las características con las que se sienta más cómodo, sin (usando la raíz inglesa para crear un palabra extraño) “genderizar” qué comportamiento es masculino y cual femenino.

La teoría *queer* rechaza la visión binaria cómo otro de los pilares simbólicos en los que se apoya el sistema patriarcal para establecer su dominancia. Sistema que organiza la vida en extremos, *si-no. Normal-anormal. Hetero-no hetero*. El hombre-no hombre de Simone de Beauvoir. Y esta es una visión que los individuos *trans* ponen en tela de juicio con su existencia ambigua, fuera del binomio (Y si existen excepciones, pese a lo minoritarias que sea, la teoría queda refutada). Defienden que género es un espectro variado y fluido íntimamente ligado con cómo nos relacionamos con “el otro”, con como reconocemos nuestro cuerpo en sociedad y la sociedad reconoce nuestro cuerpo. (Y todo esto influye en como entendemos e “interactuamos” con nuestra sexualidad)

Volviendo al ejemplo, dentro de toda esta inseguridad definitoria, filosófica y discursiva, cuyos términos no están bien determinados, una mujer transgénero quiere ser mujer, femenina. Y tiene que ser más mujer y más femenina que yo, por ejemplo, que me puedo permitir dejar de (usando el termino ingles) *performar* mi feminidad y salir a la calle más cómoda, porque se me reconocerá y tratará como mujer.

En cambio, la mujer transgénero tiene que llevar continuamente el “disfraz” que es su propia identidad para que la sociedad la lea (o por lo menos se proponga hacerlo) cómo lo que ella se considera, y siempre con cuidado de no exagerar demasiado (Wynn, 2018).

Pero esto plantea una cuestión: si el género es un constructo social, la lucha de una persona transgénero sería inútil, ya que las ideas (esencialistas y universales) de “mujer” u “hombre” son parte del discurso del poder y por lo tanto ni existen, ni deberían ser perseguidas. Y si todas las definiciones y etiquetas que conocemos son deconstruidas, nos quedaríamos sin nada a lo que aferrarnos para interpretar la realidad, o dar un significado a la experiencia humana. (Estaríamos mirando al vacío a los ojos)

¿Deberíamos entonces abrazar un nihilismo total, que niega la utilidad o el valor de cualquier cosa, y dar la espalda a cualquier causa, ya que el esfuerzo no vale la pena?

Y vuelvo a hacer alusión a la introducción ¿si nuestros referentes están vacíos (resultan ser solo un decorado, como cuando Truman, en la ya citada película de Peter Weir, abre un agujero en su horizonte), nuestra identidad también?

Quiero citar a Marcuse (2014), que afirmaba en *El hombre unidimensional* cómo el capitalismo de consumo elimina cualquier oportunidad hacia la revolución, ya que el sistema lo absorbe todo, incluso cualquier movimiento antagónico, que entran a formar parte del sistema mismo para luchar en sus términos.

Entonces, la pregunta a hacer aquí sería: ¿dónde está la línea divisoria entre la deconstrucción posmoderna antiesencialista y la alienación capitalista? Marcuse (2014) defiende que la única forma de enfrentar al sistema sería desde fuera del mismo, es decir, desaparecer de la cultura social y común, cómo lo han hecho históricamente individuos considerados “no humanos”: personas de color, personas neurodivergentes, minusválidos, u homosexuales, a los que se encerraba en instituciones de control, prisiones o manicomios.

En otras palabras, desde la fantasía.

3.4. ¿Vale algo la pena? Posmodernismo de oposición y oposición desde el cuidado

A estas alturas del texto, solo queda una pregunta. ¿Vale algo la pena? ¿Hay una diferencia real entre la deconstrucción posmoderna y la alienación capitalista? ¿Estamos condenados a ser víctimas del nihilismo que define nuestra era?

Podemos incluso hacer un paralelismo con Warhol o incluso, Munch y las ideas presentadas por el Dadá. Si hemos llegado al final del conocimiento para darnos cuenta de que la gran mayoría se apoya en concepciones que no tenemos forma de probar como reales, ¿no es acaso el mismo sin sentido de principios de siglo al que nos estamos enfrentando? ¿No ha cambiado nada?

El sociólogo Sousa (Martínez & Henar, 2012) niega que nuestro tiempo siga anclado en el siglo pasado, rechaza el enfrentamiento entre modernidad y posmodernidad, argumentando que ya se ha pasado esa etapa, y que en la transición han surgido discursos posmodernos que defienden el *statu quo*. Lo que acuña como “posmodernismo complacido o celebratorio”, que se postula a favor de “el estado de las cosas”. Sousa considera que nos encontramos en un momento de cambio paradigmático, y critica una “razón indolente” que se relaciona con esta óptica, definiendo el futuro cómo algo inevitable que sucede independientemente de lo que hagamos, e invita a limitarse a disfrutar de un “presente” que tampoco podemos controlar. Eliminando la importancia y razón de ser tras cualquier lucha o significado.

Sousa define esta razón indolente cómo arrogante, impotente, metonímica (que solo acepta una única racionalidad, eliminando discursos alternativos) y proléptica (concepción lineal que dilata el futuro al definirlo inevitable, y contrae el presente, relegándolo a poder ser únicamente experimentado pasivamente) (Martínez & Henar, 2012).

El posmodernismo complacido despoja de significado y profundidad todo lo que toca, las luchas políticas o por la justicia social no se salvan de ser aprovechadas y manufacturadas, convirtiendo sus símbolos y lemas en productos o tendencias a las que los consumidores se adscriben o no, influyendo a su vez en la opinión pública y

creando un debate que es a partes iguales fruto del panorama sociopolítico y comunicación comercial.

Frente a esta lectura, Sousa se postula a favor de un posmodernismo de oposición (Martínez & Henar, 2012), una visión crítica basada en los movimientos de resistencia de grupos marginales (apoyando a su vez los discursos de Butler y Marcuse), que quedan fuera de la “sociedad de los felices” que acuña Adorno y que proviene de una visión del mundo desde el dolor, desde lo que nos cuesta mantener este bienestar (o lo que les cuesta a personas menos privilegiadas o en países en desarrollo, puedo citar las fábricas (*sweat shops*) en Indonesia que las grandes corporaciones utilizan para rebajar sus costes de producción, escándalo que comparten Nike o Inditex), y que brinda la oportunidad de negar la “inevitabilidad” del futuro, abriendo un camino alternativo a través de la actuación en el presente. (Sousa se refiere a acción judicial, real y práctica pero esa es una tangente que voy a evitar a favor de la teoría)

Sousa denomina a esta filosofía como “razón cosmopolita”, que se articula a través de tres argumentos (Martínez & Henar, 2012).

Llama al primero sociología de las emergencias, que define como la capacidad para construir, para actuar a tiempo real (expandiendo de alguna forma el presente, al poder modificarlo, y contrayendo el futuro), produciendo, aparte de una alternativa a lo establecido, una importancia de lo conceptual y de la acción inmediata, la capacidad de influir en el futuro, sustituyendo el concepto de progreso por el de cuidado, tanto de estos conceptos como de nuestras acciones en pos de defenderlos

El segundo que denomina sociología de las ausencias, consiste en que al dilatarse el presente y permitir su modificación, se hacen visibles discursos alternativos a la realidad imperante, contribuyendo a la heterogeneidad y a la diversidad de realidades.

El tercer argumento es la traducción de conceptos comunes entre diferentes culturas, que destierra la visión parcial occidentalista y acerca distancias, pero manteniendo un espacio propio para que cada una se desarrolle. Esta sería la base para el único universalismo que Sousa cree posible: el universalismo negativo, es decir, la imposibilidad de la existencia una teoría universal, ya que dada la completa

subjetividad de la experiencia humana y las diferencias culturales, solo podemos aspirar a encontrar zonas comunes.

El posmodernismo de oposición de Sousa se acerca mucho a la definición de la identidad antiesencialista de Hall, y cómo se ve influida por la globalización: una amalgama conformada por fragmentos descontextualizados de otras culturas, nuestra propia cultura local, y una tercera global y estandarizada.

En cuanto al nihilismo existencial y la indiferencia que definen la sociedad del siglo XXI, Sousa niega que sea fruto de la falta de definición conceptual, si no que el culpable es el poco cuidado que tenemos hacia estos conceptos, independientemente de su universalidad u objetividad (Martínez & Henar, 2012).

Nuestra negativa a reconocer la vida con una perspectiva “desde el dolor”, es decir, desde lo que cuesta nuestro bienestar al planeta o a los demás, hace que perdamos perspectiva de la influencia que estos constructos tienen en la sociedad y el futuro.

El problema no es la legitimidad ontológica e histórica, si no el hecho de no darnos cuenta de que pese a no ser “reales” estos conceptos, así como los valores y definiciones que construimos con ellos, importan.

En otras palabras, una vez se consigue la libertad discursiva, que pasa por entender la fluidez y capacidad de transformación de nuestros referentes, tenemos la responsabilidad de permitir su transformación, y malearlos para organizar la vida de modo que los individuos que no tienen ese privilegio puedan disfrutarlo también.

Así una mujer transexual tiene todo el derecho a querer ser una “mujer” precisamente porque el concepto de “mujer” o “feminidad” son puramente discursivos y no se puedan apoyar en pruebas empíricas. Su fluidez discursiva nos permite reescribirlo para que la definición de mujer se ajuste a su realidad, expandiendo el término, añadiéndolo al lenguaje y abriendo un espacio en la vida social para ella.

4. Desarrollo de la cuestión: Camp, fantasía irónica y deconstrucción posmoderna

Las retóricas y discursos del colectivo LGBTI llevan incluyendo desde el siglo pasado una racionalización, aceptación y adaptación de la deconstrucción conceptual, ya que cómo todo grupo minoritario su realidad era negada por el *statu quo* y su lucha empezaba por exigir un espacio en la vida común.

Con la llegada del nuevo siglo, una parte de esta actitud se ha filtrado en la corriente social y cultural principal (o *mainstream*, su término en inglés) de la mano de la nueva ola feminista, la visibilidad que ha ganado gracias al activismo y cómo consecuencia de esta deconstrucción posmoderna.

Las características y valores de los grupos llamados *queer* (término despectivo que en inglés se traduce cómo “extraño” que se usaba para referirse a personas homosexuales, y que el mismo colectivo ha reclamado cómo término paraguas) y su cultura *underground* a lo largo del siglo XX se están filtrando en la sociedad contemporánea. El capitalismo moderno ya ha demostrado su tendencia a absorber estéticas y estilos contraculturales, despojarlos de sus connotaciones políticas y comercializarlos, pero este caso es a nivel más general, y pese a haber ciertos ejemplos de manual, estas similitudes son más bien fruto de la evolución cultural del sistema en sí, que una moda pasajera.

La opulencia irónica, el dramatismo y el humor absurdo que componen gran parte de la corriente comunicativa *millennial* o incluso de la Generación Z, han estado presentes desde hace años en la cultura *queer* apareciendo recogidos por primera vez en 1909 bajo el término Camp (Online Etymology Dictionary, 2019).

Originario de un lenguaje secreto denominado *Polari* (Huygen, 2016), que utilizaban la comunidad *romaní*, marineros y artistas de teatro ambulante durante el siglo XVIII, en el siglo XX se seguía utilizando cómo argot callejero compuesto de eufemismos en clave para referirse a la policía, drogas o relaciones homosexuales. Fue quedando obsoleto con el aumento de la tolerancia. Hay teorías que marcan el origen del término cómo la adaptación del acrónimo K.A.M.P, que venía a significar *Known As*

Male Prostitute (su traducción literal sería: Conocido Como Prostituta Masculina) (Arn, 2018).

En la década de los 60 el “estilo Camp” se relacionaría con las *drag queens* negras, sobre todo después de las revueltas de Stonewall, primera vez que el colectivo se enfrentó a las autoridades, y que fueron iniciadas por una de ellas. Pasó a ser un estilo vinculado con la aceptación de homosexuales y diferentes formas de teatralidad femenina, cómo el *swish* (argot para comportamientos y gustos afeminados) o el *drag*, que se define como una exageración parodiada del comportamiento y la estética femenina, normalmente llevado a cabo por personas de otro género (Newton, 1979). Pese a que esto último no es siempre exclusivo, por ejemplo, se denominaba *faux queens* a mujeres que participaban en la hipérbole de feminidad propia de los *drag queens*. Esta figura tiene mucho que ver, en su doble sentido e ironía, con las cuestiones que intento desarrollar en este texto.

En 1964 Susan Sontag escribe el ensayo *Notes on Camp* (Sontag, 1964), desarrollando alrededor de 56 puntos una definición este gusto estético. *Notes on Camp* sería la referencia temática para la Gala Met del año 2019 (gala anual en el Museo Metropolitano de Nueva York, considerada el evento estrella de la industria de la moda y que tiene un tema diferente cada edición), y es la prueba definitiva de que no solo sigue muy vivo, si no que ha pasado a definir la corriente cultural principal, un poco cómo un segundo Punk, cómo resultado de la deconstrucción y absurdo que internet ha traído a la era posmoderna (Imágenes 1,2,3 y 4 en Anexos).

Sontag (1964) empieza definiendo el Camp como un “estilo” o “modo de esteticismo” que interpreta el mundo desde un punto de vista exclusivamente visual, valorando el nivel de artificio en lugar del de belleza, y dando prioridad al continente o estilo por encima del contenido o mensaje.

La imagen y lo impactante también priman en la comunicación actual por encima de la información. El lenguaje publicitario se ha adueñado de los medios de comunicación, gracias por un lado a la cantidad de soportes posibles que han disipado nuestra concentración, y por otro a que, a causa de esta multiplicidad, la información debe ser

concisa y entretenida para no ser ignorada, obligando a priorizar la comunicación sensacionalista, por encima de la objetiva.

Esto no quiere decir que no exista contenido alguno. Si no más bien que éste se quede corto frente a la opulencia de la forma: obras ridículas en su esfuerzo por representar grandiosamente el más frívolo de los temas. Por ejemplo, los artículos de *click-bait* (cuyo título o enlace promete al usuario descubrir algo increíble si accede a la página), o las cada vez más ridículas campañas políticas, que se han transformado en una especie de gira mediática para convertir a los candidatos en *celebrities* (famosos), cercanos y humanos. Varios ejemplos de esta comunicación del espectáculo son Pedro Sánchez llamando al programa de televisión *Sálvame*, los memes con Albert Rivera y sus gráficos en el debate a cuatro de 2016, o el escándalo de la momia de Franco en el programa televisivo *El Intermedio*.

Toda la comunicación política se ha vuelto una enorme broma si decidimos mirarlo desde cierta perspectiva, la que parece imperar en el espacio digital de la viralidad. Y no solo en España, los espontáneos *tweets* del POTUS (siglas de *President Of The United States*, pese a quien le pese) que adornan su cuenta oficial durante horas, cómo su no hubiera ningún tipo de equipo para supervisarla, pueden considerarse material camp de la mejor calidad (Imagen 5 en Anexos).

Lo ridículo y lo innecesario es Camp. Sontag (1964) nombra *El Lago de los Cisnes* o el concepto de Ballet en sí como ejemplo en su ensayo, y yo voy a poner como ejemplo las taquilleras películas del gigante Marvel.

Un proyecto abrumador en su ambición: estrenaren la gran pantalla uno o dos *blockbusters* de éxito al año durante una década, con cotas de audiencia de record casi todas las veces, e interconectarlos para que formen una secuencia narrativa coherente, (llegando a contar con cuatro trilogías diferentes dentro del mismo universo), para terminar con dos películas de casi cuatro horas en las que todas estas historias convergen. *Avengers: Endgame* (la segunda parte del desenlace de la saga dedicada a los Vengadores) terminó el verano de 2019 siendo la película más taquillera de la historia.

El MCU (*Marvel Cinematic Universe*) es, sin duda, la gallina de huevos de oro de la industria cinematográfica *mainstream*. Casi todo gran nombre en el gremio ha terminado por participar de alguna forma en su desarrollo. Actores, directores, guionistas... Trabajar en una de estas películas es un ticket seguro al éxito profesional o a la fama mundial.

El chiste está planteado. Falta el golpe de gracia, *the punchline* cómo diría el Joker: este titán del cine comercial es cine de superhéroes. Ridículo, dramático y un poquito gay. La saga más popular y exitosa del cine actual se compone de más de una veintena de películas protagonizadas por hombres en *spandex* que disparan plasma desde un traje robótico, dioses alienígenas y mapaches parlantes.

Con esta premisa podemos suponer que el tono de estos largometrajes sea el propio de la ciencia ficción más desenfadada. Pero estas películas se toman muy en serio a sí mismas (con excepciones que nombraré más adelante). Trazan paralelismos con la sociedad actual, y construyen arcos complejos para el desarrollo de sus personajes. El resultado es un cine de fácil digestión cuyas pretensiones serias permiten la visión reiterada sin caer en la sensación de autocomplacencia. Un reflejo de los tiempos.

La etiqueta Camp (y las connotaciones homosexuales) no es nueva para el cine de superhéroes, pero sí hay uno que destaca por ser definido de esta forma y cuyo subtexto homoerótico es prácticamente parte de su ADN: Batman (Imagen 6 en Anexos).

Todo empezó con “La seducción de los inocentes” (Werthman, 1954). Un estudio llevado a cabo por el psiquiatra Fredic Wertham, que pretendía demostrar cómo los cómics eran la causa del aumento de crimen juvenil, debido a su carácter explícito y su reflejo de temas e imágenes indecentes. Se hizo tan popular que llegó a oídos del gobierno, y obligó a la Asociación del Cómic de América a crear el llamado *Comic Code Authority* para escapar a la intervención legal. Un órgano auto-regulador cuyo sello de aprobación sería necesario para la publicación de cualquier viñeta y que certificaba el cumplimiento de ciertos estándares morales. En otras palabras, un código de auto-censura.

En el artículo, Werthman consideraba que la relación de Bruce Wayne con su joven *sidekick*, Dick Grayson (Robin), se salía de los límites tradicionales de una relación de “trabajo” y presentaba pruebas justificadas de que mantenían una relación sexual (Werthman, 1954) (imagen 7 en Anexos).

En su libro *Batman Unmasked: Analyzing a Cultural Icon* (2001) Will Brooker explica que dicha relación sí era diferente al de resto de superhéroes con sus protegidos: Dick Grayson y Bruce Wayne compartían casa y tiempo libre, pero a diferencia de otros superhéroes, no quedaba insinuado, si no que el texto les mostraba haciendo dichas actividades juntos (Brooker, 2001)(Imagen 8 en Anexos).

La figura de Robin, fue ideada desde un principio para relajar el tono oscuro de los cómics de Batman, y atraer un público más joven. Su papel muchas veces era el de víctima en apuros, figura que normalmente ocupa la mujer o el interés romántico, y que en este caso plantea un subtexto comprensible de ser leído de la misma manera (Weldon, 2016).

Quiero destacar la evolución del personaje cómo una figura un tanto extraña en cuanto a los tópicos de héroes masculinos. Dick Grayson fue Robin hasta los años 80, cuando hartado de estar a la sombra de Batman, se mudaría a Bludhaven, ciudad vecina y posiblemente peor que Gotham, y cambiaría su alias por Nightwing. Esta evolución vino con cambio de vestuario, que estaría muy influido por la tendencia más *disco-glam* de la década (Imagen 9 en Anexos).

En sus versiones actuales, se ha pulido el diseño hasta un simple traje de *spandex* en negro y azul que facilita sus piruetas, y no deja mucho a la imaginación. ¿Por qué es esto importante? Porque dentro del género, el personaje de Nightwing es uno de los pocos personajes de cómic que subvierte el enfoque visual principalmente masculino y muchas veces sexista, por su forma de representar a los personajes femeninos de forma hipersexualizada, que se conoce como *male gaze* (mirada masculina). Se podría decir que la persona más sexualizada de los cómics de Nightwing, es el héroe protagonista, pudiendo hablar de un enfoque femenino (o *female gaze*), en parte influido por el alto porcentaje de lectoras que tienen sus ediciones (Plummer, 2017).

Cabe destacar que Robin no ha vuelto a aparecer en la gran pantalla desde 1997, pero ya llegaremos a ello (Imagen 10 en Anexos).

La emancipación de Robin aparte, su relación con Batman es definitivamente paterno-filial, y hoy en día es fácil ver las connotaciones desagradables de presentar cómo sexual la relación entre un rico hombre adulto y su protegido adolescente, pero en la década de los 50, la intimidad masculina estaba condicionada por la homofobia rampante, y es fácil entender estas interpretaciones cuando la persona más importante en la vida de Bruce Wayne era Dick Grayson (Imagen 11 en Anexos).

En su libro, Brooker (2001) hace un paralelismo entre las historietas del caballero oscuro y los códigos conductuales y signos que utilizaba el colectivo homosexual en el momento de la publicación del estudio de Werthman, y menciona la frase hecha “ser visto con el peluquero” que resumía muy bien como se identificaba a homosexuales en el imaginario colectivo: hombres interesados por el aspecto físico, las artes, decoración y toda disciplina que se entendiera como dentro del espectro femenino. Esta idea estaba tan arraigada que incluso recoge testimonios de hombres que mantenían relaciones con otros hombres de forma habitual que no se consideraban homosexuales porque hacían deporte, venían de buena familia o no se vestían de mujer (Brooker, 2001).

Es durante este momento que se publica una historieta en la que Batman viste de colores llamativos para luchar contra el crimen, (que luego convergen en un traje con el completo espectro lumínico), con la premisa de ocultar la identidad secreta de Robin (Brooker, 2001). Historieta que sería reinterpretada en 2017 por Francis Manapul en *Trinity #1* (Sims, 2016) (Imágenes 12,13 y 14 en Anexos).

Brooker (2001), continúa diciendo que máscara del superhéroe también es una metáfora con la que fácilmente se identificarían personas cuya vida sentimental y sexual debía ser escondida u ocultada tras relaciones falsas por miedo a rechazo y marginalización social. La lectura *queer* que puede interpretarse tras un texto de este tipo es comprensible, y ya estaba presente de forma más o menos común en la época (Brooker, 2001).

¿Qué pasa si aplicamos esta misma interpretación a la última escena de la película *Iron Man* (2008), en la que Tony Stark (famoso billonario playboy) descubre su segunda identidad al mundo durante una rueda de prensa?(Imágenes 15 y 16 en Anexos).

¿Hubiera cambiado algo para los miles de espectadores si esta se diera por válida? El paralelismo es claro, pero pese a todos los avances, aún existe un tabú y rechazo a permitir que nuestros héroes sean otra cosa que heterosexuales dentro del texto explícito.

En 2019 Marvel estrenó el largometraje *Endgame*, una de las películas más importantes de la saga. Parte de la comunicación promocional abogaba por la importancia de la representación LGBT, refiriéndose a la aparición del “primer personaje abiertamente homosexual” de la franquicia (con la cantidad de personajes, cabría la posibilidad de que alguno no fuera compulsivamente heterosexual, y la única confirmación ha sido a través de un *tweet*, haciendo referencia a una escena eliminada que no se ha compartido). ¿El resultado? Un *cameo* de 30 segundos de uno de los directores, comentando de pasada a “su marido” en la primera escena de la película.

Muchas veces la lectura *queer* se descarta cómo absurda. ¿Es más descabellado que Tony Stark tenga sexo con hombres a que pueda volar y disparar plasma dentro de un traje de metal? ¿Que Bruce Wayne sea gay no es creíble pero que decida dejar su mansión cada noche para luchar contra el crimen en mallas, capa y orejas de murciélago es parte de su identidad? La historia de Batman en la gran pantalla tampoco parece poder escapar de dicho subtexto, a pesar de intentarlo cada vez con más ahínco, sobre todo en las versiones actuales.

Para hablar de lecturas camp de Batman, es imposible no mencionar la serie de 1966 que tuvo su propia adaptación al cine el mismo año. Protagonizada por Adam West en el papel de Bruce Wayne y Burt Ward como Dick Grayson, es un clásico que no se toma para nada en serio a sí misma y tampoco escapa a la ridiculez en un intento de adaptar los cómics desde su aspecto más caricaturesco, perspectiva que se ha ido perdiendo con cada adaptación y ha creado un problema con cómo entendemos el cine de superhéroes hoy en día. (Imagen 17 en Anexos).

Para cuando se grabó, la lectura *queer* ya era algo así como un secreto a voces, y las referencias son innegables. El subtexto es real al menos por parte de Ward, el actor que interpreto a Robin, que escribió en su autobiografía que ambos superhéroes pueden interpretarse como amantes. (Imagen 18 en Anexos).

La siguiente adaptación a la gran pantalla no tendría lugar hasta los años 80. A partir de aquí, todas las reinterpretaciones estarían influidas por el giro hacia latemática y estética más oscura y cínica que permeaba los cómics desde la publicación de la famosa historieta *The Killing Joke—La broma asesina—*, cuyo cinismo y nihilismo marcarían al personaje hasta hoy. (Imagen 19 en Anexos).

Las dos adaptaciones de Tim Burton, *Batman* (1989) y *Batman Returns* (1992) reflejan este momento de transición, aún con elementos camp en la ridiculez de su humor absurdo y reacciones melodramáticas, pero con una estética casi monocroma y una Gotham que se movía ente el Art Decó y el gótico romántico. (Imagen 20 en Anexos).

Buscando repetir el éxito de las anteriores en un movimiento esencialmente comercial, el personaje volvió al cine con *Batman Forever* (1995) y *Batman & Robin* (1997) de la mano del director Joel Shumacher. La segunda película resalta por ser la versión más Camp y más en armonía con el subtexto homoerótico desde la serie de Adam West. (Imagen 21 en Anexos).

Con George Clooney reemplazando a Val Kilmer en el papel de Bruce Wayne y Chris O'Donnell como Dick Grayson, la película también cuenta con Umma Thurman (Poison Ivy) y no otro que Arnold Swarzenegger (Mr Freeze). Pese a todo, *Batman & Robin* fue un desastre tanto de *box office* como para la crítica y aun hoy está relegada a ser una (si no *la*) de las versiones más odiadas por los fans. (Imagen 22 en Anexos).

Quizás ayude que Joel Schumacher fuera uno de los pocos directores abiertamente gays de la década de los 90, y cómo este hecho influyó en la recepción de la película. En una entrevista posterior al descalabro, George Clooney comentó "Tenía puesto un traje de goma. Con pezones de goma. Pude haberle interpretado cómo hetero, pero le hice gay" (Rotten Tomatoes, 2006). (Imagen 23 en Anexos).

Pero voy a partir una lanza a favor del largometraje. *Batman & Robin* quizás no sea una buena película de Batman, pero es una gran película de superhéroes.

Siguiendo la reflexión de Samantha Riedel (2019), el Camp puede considerarse un elemento esencial a la hora de consumir el género. Debemos acercarnos a cualquier historia de este tipo desde cierta levedad intelectual: suspender nuestra incredulidad de antemano para sumergirnos en un mundo en el que el mal o el bien son más o menos factores constantes y fijos, y en el que las complejas leyes de nuestra sociedad no cuentan.

Riedel (2019) considera que “sin este contexto en el que la “seriedad” es fluida, las historias de superhéroes pronto se vuelven macabras” y pone como ejemplo:

El mismo *Iron Man* (2008), que pese a que aparentemente presentar una reflexión con políticas reales vía su conflicto central sobre el tráfico de armas, nos pide que nos pongamos del lado de alguien que ha dejado el negocio armamentístico para convertirse en un pelotón uni-personal, llevando a cabo ataques extra-militares en países de Oriente Medio siguiendo no otras órdenes que las suyas propias. Imaginen a Elon Musk declarando que ha matado personalmente a una docena de “terroristas” con misiles instalados en sus hombros, y díganme si no es terrorífico (Riedel, 2019).

Así, Bruce Wayne es un multimillonario que utiliza su dinero para vestirse de murciélago y luchar contra el crimen durante la noche en lugar de donarlo a o ayudar a su ciudad con subvenciones. En un mundo donde esto es posible y normal, la ambigüedad moral, o el conflicto entre la acción civil organizada y la militar no deberían ser temas aplicables a la realidad, porque al enfrentar esta ficción de sociedad contra la nuestra, el viaje del héroe cae por su propio peso.

Esta reflexión se puede aplicar también a las mucho más seria (y aclamada) trilogía de Nolan, alejada lo máximo posible de cualquier similitud con su predecesora de 1997, y cuyos temas, pese a serios, siguen necesitando nuestra suspensión de la incredulidad o terminan pareciendo un comenario en favor del control policial de la sociedad civil, sobretodo en su última parte. Y nadie va a ver Batman para eso. ¿No?

Antes incluso de su estreno, la última película bajo el sello de DC comics, *Joker* (2019), estuvo rodeada de polémica en cuanto a su supuesta apología de la reacción violenta contra una sociedad injusta, con algunas voces argumentando que podría alentar a acciones similares en la vida real, y otras defendiendo el film como una reflexión sobre el maltrato social hacia minorías y el estigma hacia las enfermedades mentales, que junto a la deficiencia de los servicios sociales por falta de fondos para tratar el problema, terminan en revueltas y violencia (Knowyourmeme, 2019).

La polémica siempre es una buena estrategia de marketing, pero el largometraje, pese a su tono dramático y serio, trata sobre el nacimiento de uno de los villanos más famosos de la cultura popular, no podemos esperar otro final que no sea un descenso violento a la locura. Tampoco entra en la cabeza de nadie que una película de DC comics titulada *Joker* sea la mejor opción para una exploración coherente y compleja sobre cómo la violencia crea violencia, y cómo esta aumenta a medida que bajas en el estrato social.

Como diría el mismo personaje, el chiste es sobre nosotros, y nos lo hemos creído. (Imagen 24 en Anexos).

En la mejor de las versiones, la de 1997, Batman y Robin luchan contra el ecoterrorismo y el crimen en Gotham con sus trajes de goma anatómicamente correctos (incluyendo los polémicos pezones) y salvan el día gracias a labios de plástico que frenan besos letales. (Imagen 25 en Anexos).

A riesgo de perderme en la tangente vuelvo a la reflexión inicial. El Universo cinematográfico de Marvel ha traído de vuelta este mismo tipo de camp. Pese a su tono tirando a serio, la fórmula de Marvel promete puntos de humor homogéneamente repartidos, que en un cine más serio rozarían el mal gusto, y un tono no demasiado trascendental. Son películas para el entretenimiento, no para crear paralelismos entre el mundo real y la gran pantalla, o para entrar en cuestiones filosóficas sobre lo que conlleva ser un superhéroe.

Comparten la fórmula con la odiada *Batman & Robin* de 1997, pero con mejor ejecución, o en una década y momento social en la que funciona.

En su ensayo, Sontag (1964) diferencia entre Camp inocente y deliberado. El primero se da cuando una obra fracasa en su intento de seriedad, y gana valor gracias a la ridiculez resultante. El Camp deliberado nace de un intento de ser ridículo, o de la consciencia previa a una posible lectura cómica. Sontag argumenta que el primero siempre será mejor, debido a la delicada relación entre la parodia y la auto-parodia, y como la segunda a veces desvela un cierto desprecio o cinismo que la aleja del Camp.

Una película de la saga Marvel que destaca por caer en la primera categoría (de una forma similar al Batman de Adam West de 1966) y lo explota al máximo de la mejor manera posible es *Thor Ragnarok*, del director neo zelandés Taka Waikiti. Sus colores vibrantes y estética *vapor-wave* junto con un humor desenfadado y absurdo la convierten en una adaptación digna de su medio original, y una gran película del género (Imágenes 26 y 27 en Anexos).

Otro ejemplo de su trabajo es *Lo que hacemos en las sombras* (2014), un falso diario-documental casero que muestra la vida de tres vampiros en el siglo XXI. El estilo íntimo de video *amateur* y los diálogos absurdos sirven de perfecto decorado en un largometraje que se mueve entre el meta-comentario y la indulgencia. (Imagen 28 en Anexos).

La obra de Waikiti se compone casi en su totalidad de largometrajes que se pueden encuadrar en un Camp deliberado ejecutado a la perfección. Son películas que se parodian a sí mismas desde el cariño, y se convierten en un gran ejemplo contemporáneo de este estilo.

El Camp deliberado ya ha tenido sus momentos estelares en la gran pantalla a lo largo del siglo XX. En su versión más intransigente tenemos a John Waters, cuyos largometrajes *Pink Flamingos* (1972), *Female Trouble* (1974) o *Desperate Living* (1977) (conocidos como *Trash Trilogy*, o la trilogía de la basura) fueron el culmen del cine transgresivo *queer* en los años 70 y 80. Sus películas están caracterizadas por un humor ordinario, buscando ser lo más provocador y desagradable posible, (la escena en *Pink Flamingos* donde Divine come heces de perro pasaría a la historia del cine de autor, inspirando otros trabajos como *El ciempiés humano* (2009)) y por tener un

reparto habitual, destacando la ya mencionada *drag queen* Divine, que sería el personaje principal de varios de sus largometrajes. (Imagen 29 en Anexos)

Más adelante, a finales de los 80, Waters saltaría al cine comercial con *Polyester*, (1981), *Hairspray* (1988) o *Crybaby* (1990), suavizando bastante el tono, pero manteniendo pinceladas de humor sucio y el estilo transgresor de la década anterior. Cabe destacar la aparición de Divine y Debbie Harry (del grupo *Blondie*) en *Hairspray* como madres de la protagonista y su némesis respectivamente. (Imagen 30 en Anexos).

También podemos mencionar *Rocky Horror Picture Show* (1975), cuya adaptación para la gran pantalla, con todo el reparto en *drag*, fue un desastre en el momento de su estreno, pero se convertiría en película de culto años más tarde (Imagen 31 en Anexos).

O la magnífica *Priscila, Queen of the desert* (1992), que alzaría a la fama a Hugo Weaving y Guy Pearce, y fue galardonada en los premios Oscar por su increíble y opulento vestuario. Ha envejecido mal debido a acusaciones de sexismo y racismo. (Imágenes 32,33 y 34 en Anexos).

El quinto elemento, estrenada el mismo año que *Batman & Robin*, en 1997, es una película que también tiene sus momentos camp, sobretodo en el excéntrico personaje Ruby Roth (Chris Tucker) y parte del vestuario. (Imágenes 35 y 36 en Anexos).

Cómo ejemplos de camp inocente, podemos seleccionar cualquier película “mala” que con el paso del tiempo se han transformado en cine de culto. Disfrutamos viendo a Adam West deslizarse por una barra de metal para llegar a la batcueva, o de la pésima actuación de Tom Wiseau en la aún más pésima *The Room* (2003), casi el ejemplo por antonomasia de películas tan malas que solo pueden ser buenas.

La ironía es la reina de la experiencia posmoderna, y lo que hace nuestra posmodernidad camp es el disfrute irónico por el disfrute. Es ir a ver una película de Marvel sabiendo que son ridículas, pero aceptar sin tapujos que la disfrutamos también por eso.

Pese a esta “sucesión de horrores” Sontag (1964), afirma que no todo lo “malo” es Camp (las películas de Marvel son un éxito, así como lo fue *Polyester*) Pero es cierto

que si no puede caer en el error de la seriedad, o la genialidad, ciertas obras resultan demasiado “buenas” o “importantes” y pierden el *no se quoi* del Camp. (Imagen 37 en Anexos).

También considera que algo Camp solo puede provenir del esfuerzo humano, nada que venga de la naturaleza encajaría en su definición ya que es un estilo fruto exclusivamente de nuestro trabajo para construir una hipérbole de la misma. (Sontag, 1964).

Sontag menciona el Art Nouveau como ejemplo de no-naturaleza, creada por la mano humana a imagen y semejanza de la real, su interés romántico por el pasado, las novelas góticas, el orientalismo o las ruinas artificiales son un buen ejemplo del universo “falso” “confeccionado” tan propio del estilo.

También relaciona la sensibilidad Camp con el privilegio de la élite (capitalista y occidental), argumentando que solo es capaz de regocijarse en la mera experiencia estética quien puede disfrutar de una vida ociosa, del alejamiento conceptual que nos permite deconstruir y disfrutar irónicamente de la sociedad que hemos creado (y de los constructos en los que la hemos basado). Podemos preocuparnos de la inestabilidad discursiva porque no tenemos problemas mayores.

Cuando la broma nos cae cerca, deja de tener tanta gracia, por eso muchas connotaciones del Camp parecen estar relacionadas con “lo pasado de moda” o lo antiguo: el paso del tiempo es directamente proporcional a la banalidad.

Esta distancia aparece en la obsesión actual hacia las décadas de los 80 y 90, quizás por ser también etapas inestables como la que estamos viviendo ahora, con series y estéticas contemporáneas que además de ser reminiscentes, las elevan a la categoría de iconos.

Un buen ejemplo es la serie de televisión *Stranger Things*. Creada y producida en el 2017, su estética, ambiente y temática están parecida a una serie de la década de los 80, que solo haría falta verla en un televisor de tubo para cerrar el círculo conceptual. Hay tantas referencias familiares en *Stranger Things*, que lo único que la diferencia de

ser un producto ochentero es la calidad de imagen, el modo de distribución y que fue creada en 2017.

La nostalgia no solo juega un papel en productos originales, si no que se apuesta por mejorar o continuar lo ya existente, buscando la complicidad de los fans. Un gran porcentaje de estrenos cinematográficos cada año están dedicados a secuelas o remakes de clásicos del siglo XX. Por citar algunos ejemplos, tenemos los remakes de *It* (2017), *Star Trek* (2016) o la nueva tendencia del gigante Disney a reinterpretar sus clásicos de animación al cine de imagen real *–live action–*, con títulos como *El Libro de la Selva* (2016), *La Bella y la Bestia* (2017), *Dumbo* (2019), *El Rey León* (2019) o *Aladdin* (2019). (Imagen 38 en Anexos).

También aparecen continuaciones de sagas de culto, como la tercera temporada de la serie *Twin Peaks* (2017), la última saga de *Star Wars* (2015 a 2019) o la secuela de *Blade Runner* (2017). (Imagen 39 en Anexos).

Por otro lado, la industria de la moda es famosa por reinventar vestigios del pasado, pero ahora las pasarelas nos presentan un batiburrillo de piezas cuasi icónicas y reminiscencias de décadas pasadas, en busca de un eclecticismo que busca integrarse con otro estilo imperante, urbano y deportivo influido por la música rap, trap y latina que ha visto su auge gracias al surgimiento de artistas independientes a través de redes sociales o plataformas de *streaming*. Muy posmoderno.

La industria del lujo ha sabido aprovechar el cambio de polarización en cuanto a la creación de tendencias, estudiando a estos artistas independientes, y elevando sus estilismos a iconos.

Con todo, la colección *prêt-à-porter* para el otoño de 2018 de Gucci, cuyo equilibrio entre feísmo *kitsch*, el terror fantástico y el preciosismo *vintage* merecen una mención especial, aunque quizás no pasen el examen Camp porque es honestamente maravillosa. (Imágenes 40,41,42 en Anexos).

Así cómo la colección primavera-verano de alta costura de *Victor and Rolf*, que llevan la actitud pesimista-sarcástica de internet en vestidos esculturales de alta costura. (Imágenes 43,44 y 45 en Anexos).

La ironía es la reina de las pasarelas, y as mismas marcas sacan colecciones que imitan *merchandising* con errores propios de falsificaciones malas. Gucci inició la tendencia en 2017 con camisetas con un texto escrito encima del logo por la artista española Coco Capitán, y las mallas de brillantina de cuerpo entero que traerían de vuelta la purpurina (y no hay nada más camp que la purpurina), e inspirarían por un lado las máscaras brillantes de Gianbattista Valli en 2018 y por otro los populares *body*s de Mariseserre en 2019. (Imágenes 46, 47, 48 y 49 en Anexos).

No existe nada más Camp que una falsificación barata y mala de Gucci, Diesel o D&G (con errata incluida) si la han diseñado Gucci, Diesel o D&G, y no ha sido barata en lo más mínimo. Así es cómo la élite se adapta a un mundo donde Internet ha democratizado y masificado el intercambio de información, deconstruyendo y mercantilizando, ya no solo los movimientos *underground*, si no la vida diaria de las clases bajas para convertirla en tendencia. (Imágenes 50,51,52 y 53 en Anexos).

La zapatilla deportiva y el chándal se han transformado en el culmen de la elegancia. Balenciaga se puso a la vanguardia con sus diseños de zapatillas *high fashion*, que entre entendidos reciben el nombre de *dad sneakers*, o “zapatillas de padre”, el público general usa *ugly sneakers*, “zapatillas feas”, así de claro. Pronto le siguieron muchas otras marcas de lujo. Nike o Champion pasarían a competir con Gucci o Valentino. (Imágenes 54 y 55 en Anexos).

El tacón y la ropa “formal” han abandonado el Olimpo de la elegancia para dar paso a vaqueros Levi’s cortados y camisetas *oversize* que bien puedes haberle robado a tu padre. La bolsa de Ikea es un bolso de diseño, y la riñonera el nuevo *clutch*. (Imagen 56 y 57 en Anexos).

En otras palabras, lo que hace unos años se consideraría vestir “mal”, al más puro estilo barriobajero, “el modelito de tu padre cuando sale a fumar mientras pasea al perro” es tendencia. (Imágenes 58,59,60 y 61 en Anexos).

Ir a la última saldría más barato que nunca, si no fuera porque la tiranía del mito que rodea a las marcas de lujo impide que la famosa democratización de la moda sea tal, incluso con un giro hacia la austeridad (falsa) cómo el que estamos viendo. Gracias a

esto, triunfa el modelo de negocio que introdujo *Inditex* a principios de milenio, y que se apoya en imitar los diseños de las grandes marcas pero a precios más asequibles.

Su éxito ha transformado y acelerado la industria, llevando a un aumento del nivel de producción a varias temporadas al año, lo que solo se consigue apostando por la externalización de la producción para rebajar costes. Como resultado, la mala calidad del producto obliga al consumidor a estar comprando cada poco, en parte para ponerse al día, en parte porque la ropa no es duradera. Teniendo en cuenta escándalos recientes, la mayoría de las veces esta externalización se traduce en *sweat shops*, fábricas en Asia u Oriente Medio dónde se explota a trabajadores (normalmente mujeres o menores) con jornadas maratónicas, ningún tipo de seguro o seguridad y sueldos muy por debajo del coste final. El término *fast fashion*, o “moda rápida”, por el que se conoce viene de la comparación de este tipo de moda con la comida basura. Este modelo de producción es insostenible, y la industria textil ya es la segunda más contaminante del mundo.

Por otro lado, la compra de ropa *vintage* ha aumentado en la última década, fruto de las tendencias mencionadas, de la nostalgia que destila la industria audiovisual y quizás gracias a una mayor conciencia hacia el medio ambiente frente a la nocividad de la industria “*fast fashion*”.

También se está dando un giro hacia la neutralidad de género y raza, cada vez vemos más modelos de color o del continente asiático, y varias marcas apuestan por pasarelas mixtas, y prendas neutras. Pero estas últimas son un arma de doble filo. Las colecciones son mayormente minimalistas, monocromas y consisten en diferentes variaciones de pantalón y camiseta. Presentan la idea errónea de que la vestimenta neutra es la de corte masculino, sin darse cuenta de que en un intento por ser inclusivo, lo que se está haciendo es despojar de cualquier atisbo de creatividad lo que se supone que es expresión personal.

Uno de los pocos diseñadores que sabe lo que hace en este sentido es Palomo Spain. El diseñador cordobés cuyos opulentos vestidos han llevado *celebrities* como Beyoncé o se han expuesto en el Metropolitan Museum de Nueva York por la gala MET de 2019,

solo utiliza modelos masculinos, porque para él la ropa es ropa y el género lo pone, si quiere, quien la lleve. (Imágenes 62,63,64 y 65 en Anexos).

El vestido masculino es algo que pese a los avances nunca ha cuajado. Mientras que el traje y chaqueta se han convertido en una pieza universal, (vuelvo a hacer referencia a la idea de que lo masculino es igual a neutro que ha construido la sociedad patriarcal) la moda femenina, incluso el concepto de moda *per se*, siempre ha sido demasiado frívola para *asuntos de hombres*. Una reliquia proveniente de la misma mentalidad que impedía a los hombres que cita Brooker en su libro darse cuenta de que en efecto eran homosexuales, aunque no llevaran vestidos. Porque los vestidos no son la cuestión.

Varios de los hombres asistentes a la Gala MET de 2019 también se decidieron a apostar por esta prenda, reivindicando la neutralidad de género. Pero lo óptimo sería que elecciones como estas salgan de contextos especiales cómo son la alfombra roja, escenarios o pasarelas, y no provoquen vueltas de cabeza por la calle. (Imágenes 66,67,68 en Anexos).

Sontag (1964) nombra la androginia como el canon definitivo Camp, y menciona la belleza sinuosa de el arte prerrafaelita, (mujeres con mandíbulas fuertes y cierto aspecto masculino) o los cuerpos no sexuados del *Art Nouveau* (figuras esbeltas sin atributos sexuales marcados).

Uno de los precursores de este aspecto ambiguo en la cultura pop fue David Bowie, que ya al inicio de su carrera hecho mano del canon prerrafaelita, en la portada de su *single* de 1970 *The man who sold the world*. (Imagen 69 en Anexos).

El inglés se convertiría en una de las estrellas de la música más populares del siglo XX, y continuaría trabajando hasta su muerte en 2016. Famoso por reinventarse en diferentes personajes según evolucionaba su carrera. El primero de muchos, Ziggy Stardust, un andrógino alienígena de Marte, influiría en la década de los 70 y sería precursor del *Glam Rock*, etapa en la que muchos artistas seguirían sus pasos trayendo la estética *drag* a la vanguardia de la corriente *mainstream*. Lo que diferencia el *glam* ochentero de la tendencia actual es que, de aquella, los artistas veían necesarias

reafirmaciones compulsivas de su masculinidad para evitar el rechazo de una sociedad y un público aún profundamente homófobo.

Un privilegio que Bowie tenía durante esta etapa es que como precursor no necesitaba dar demasiadas explicaciones. También es cierto que su música más experimental no encajaba al cien por cien con los valores del rock and roll. Podría decirse que estas características hacen que caiga en el cajón de artistas demasiado “buenos” para ser Camp. Pero sin que esto elimine la posibilidad de citar algunos de sus mejores atuendos. (Imágenes 70,71,72,73 y 74 en Anexos).

Lo que sí encaja es la cantidad de grupos que, inspirados por él, se soltaron las melenas para ser los machos más excesivos del *show business*. Como ejemplo podemos mencionar a las fantásticas New York Dolls y su corta carrera como grupo, a los teatrales Kiss, varios de sus miembros apoyarían a Donald Trump en su carrera por la presidencia,(*just saying*)o sus malignas majestades, que siempre hicieron que quisieron. (Imagen 75 en Anexos).

Con todo, la homosexualidad siguió siendo un delito, las personas transgénero seguían consideradas enfermas, y el colectivo *queer* se enfrentaba a la vida desde la marginalización, la violencia y, al llegar la crisis del VIH, la muerte.

Esta realidad está muy bien reflejada en la obra de Nan Goldin, fotógrafa neoyorkina que se dedicó a inmortalizar su vida y la de sus amigos en los suburbios de la ciudad. La familia encontrada de Goldin la componía una mayoría de personas *queer*, y serían personajes recurrentes en sus fotografías intimistas, que nos sirven como una suerte de diario a través del cual podemos ver reflejada la sociedad del momento. Así, Goldin retrata desde su tormentosa relación con su amante, Brian, hasta la desgarradora historia de Gilles y su eventual muerte tras contraer el VIH. Nos muestra la crudeza de la realidad *queer* en un momento en el que las estrellas del rock salían al escenario en *drag*. Su obra se enmarca dentro de otro movimiento, más político que estético, aunque tampoco está falto en este sentido, el Punk. (Imágenes 76,77 y 78 en Anexos).

En sus orígenes el movimiento *Punk* pretendía reflejar un pesimismo y violencia mal contenida hacia la realidad injusta y difícil de la década de los 70, marcada por la

incertidumbre causada por la guerra fría y los conflictos internacionales, unidos a la inestabilidad económica y el desencanto frente al idealismo frustrado de la década anterior. Muy agresivo y rompedor, el Punk jugaba con la fealdad, buscando escandalizar, insultar y crear polémica al mismo tiempo que defendía una visión nihilista y profundamente pesimista de la vida.

El trabajo de Goldin ayuda a que veamos la realidad fuera de los escenarios. Quizás Bowie fuera un icono de la ambigüedad de género, pero al final del día para el público nunca dejó de ser un hombre blanco heterosexual con cierta vena excéntrica, no sufría ni de lejos el estigma real al que tendría que hacer frente una mujer transexual de color. Y eso que la historia *queer*, pese a ser escasa, hubiera quedado en una sombra aún más profunda si no fuera por las mujeres *trans* negras.

La primera que se atrevió a plantar cara a la policía y provocó las revueltas de Stonewall, hecho que impulsó la creación del movimiento por la liberación LGTB, fue una de ellas, Marsha P. Johnson. (Imagen 79 en Anexos).

La comunidad negra ha sido instrumental tanto en la creación y desarrollo del Camp, cómo en la lucha por los derechos *queer*. Desde la *drag queen* Pepper LaBeija, famosa entre otras cosas por su aparición en el documental *Paris is Burning* (1990), la bailarina Benny Ninja, reina del *voguing*, Laverne Cox, primera mujer transgénero nominada a un *Emmy*, o el mismo Ru Paul que ha acercado la cultura *drag* a la corriente *mainstream* gracias a su *reality*, *RuPaul Drag Race*. O las grandes divas del pop, desde Tina Turner o Grace Jones, hasta Beyoncé o Rihanna. La cultura, en general, le debe mucho a las mujeres negras. (Imágenes 80,81,82,83 y 84 en Anexos).

Otra figura muy importante ha sido Prince, que, gracias a su androginia y llamativa presentación estética, se convirtió en un icono *trans* y abrió el camino de la aceptación al alcanzar la fama mundial, llegando a representarse a sí mismo con un símbolo muy similar al que usa el colectivo. Sin embargo, a finales de su carrera se levantarán varias voces críticas cuando el artista se posicionó en contra de la legalización del matrimonio homosexual, argumentando que Prince se había apropiado de la estética y significantes sociales de la cultura *trans* para vender una imagen extravagante. (Imagen 85 en Anexos).

Elton John o Freddie Mercury de Queen destacan ya no solo por sus atuendos, si no por ser dos de las pocas estrellas de la música abiertamente *queer* del siglo pasado. El segundo fallecería en 1991 después de una batalla contra el VIH. (Imágenes de 86 a 96 en Anexos).

Pero seguimos hablando de estética, y Madonna continuó la tendencia. El icónico corsé triangular diseñado por Jean Paul Gaultier la lanzaría al Olimpo de la moda, y terminaría por asegurar su etiqueta de creadora de tendencias. Muchos de sus sencillos ya son considerados clásicos Camp, cómo *Vogue*, *Human Nature* con su polémico videoclip con reminiscencias BDSM o *Like a Prayer* en cuyo videoclip Mr Jesuschrist es interpretado por un hombre de color, probablemente una visión más históricamente acertada que la imagen a la que estamos acostumbrados. Jugada que repetiría Lady Gaga en el video de su sencillo *Judas* en 2011. (Imagen 97 en Anexos).

Su testigo, como ya he dicho, lo recogería Lady Gaga, a partir de los 2010. Famosa por sus bizarros estilismos en las alfombras rojas, cómo su aparición en los los *MTV Awards* de 2009, que dejó a Eminem un poco descentrado, o el vestido de carne que llevó a los *MTV Awards* de 2010, así como por sus increíbles videoclips. La opulencia camp se ha convertido en la tendencia principal de la industria, con Katy Perry, Nicky Minaj o Cardi B cómo principales representantes. (Imágenes 98,99,100 y 101 en Anexos).

Tristemente, no hay demasiados ejemplos masculinos actuales, pero voy a mencionar a Frank Ocean, un esquivo rapero de Nueva Orleans, que pese a sólo tener dos discos ya es considerado (con razón) uno de los artistas más talentosos del género. Ocean salió del armario cómo bisexual en 2012 y se ha ganado el puesto en esta lista por la cantidad ingente de purpurina utilizada en el preciosista videoclip de su *single Nikes* (2016), siguiendo la tendencia ya mencionada, y por los *outfits* que llevó en su fiesta de cumpleaños de 2018. (Imagen 102 en Anexos).

También el puertorriqueño Bad Bunny, rey actual de la música trap y que, frente a los valores habituales del género (agresivamente machista y homófobo) propone una subversión de estos roles sexistas, tanto en sus letras cómo llevando las uñas largas (tendencia muy popular entre las artistas femeninas) y en general mostrando una expresión de su masculinidad inédita. Añadir que dejó la música a un lado para unirse

a las protestas que surgieron en su país el 13 de Julio de 2019 frente a las filtraciones de declaraciones homófobas del gobernador Ricardo Roselló, que terminó dimitiendo el 24 de Julio del mismo año. (Imágenes 103,104,105,106 y 107 en Anexos).

En su ensayo, Sontag (1964) también menciona otros tipos de expresión de género, y habla sobre la atracción desde la contradicción, hombres con atributos femeninos y mujeres masculinas, o a la exageración de estos, esto es, hombres híper-masculinos y mujeres híper-femeninas.

Podemos encontrar ejemplos de lo último en las películas de superhéroes que mencionaba anteriormente, y cómo los actores se ven cada vez más presionados para mantener una dieta y régimen de ejercicio extremos para tener el aspecto y proporciones irreales de los comics (literalmente forzándose a sí mismos a parecer una caricatura) y también en el cada vez más exagerado culto al cuerpo. Ir al gimnasio se ha hecho un hueco en nuestras agendas diarias, solo hay que echar la vista atrás y darse cuenta de que los estándares actuales son la hipérbole de lo que eran-y no solo en el deporte de élite, si no que se ha filtrado a toda actividad social.

La híper-feminización, es un tema algo complejo. El ideal femenino ha sido confeccionado históricamente por valores patriarcales, y está en proceso de transformación, en busca de un ideal que no objetivice ni aliene a las mujeres.

En los últimos años se ha dado un giro hacia representaciones más inclusivas en temas de raza así como en rechazo del llamado *heroin chic* que llenó las revistas de moda a principios de siglo, y cuya principal característica era la delgadez extrema. Pero este cambio no queda exento de toxicidad.

Estoy hablando de Kim Kardashian (¿quién no, hoy en día?). La Kardashian-Jenneres una familia que se ha alzado al Olimpo de la popularidad a golpe de *reality*, mediatizando su vida privada de forma que les permite controlar la narrativa en detrimento de la prensa rosa. Sus cuerpos alterados con cirugía hasta alcanzar una figura extrema en forma de reloj de arena, y sus fotografías híper-perfeccionadas marcan tendencia en Instagram. (Imágenes 109,110,111,112 y 113 en Anexos).

Muchas voces de colectivos afroamericanos se han alzado en denuncia argumentando la apropiación de atributos por los que muchas mujeres negras han sido objeto de burlas, y reivindicando que las pioneras de esta tendencia fueron Béyonce, Rihanna o Jeniffer Lopez, cuyo físico más potente no encuadraba con la extrema delgadez *chic*, elegante, de principio de siglo.

También es importante tener en cuenta el impacto dañino de Instagram, su primacía de la imagen, y las retocadísimas fotografías que comparten la mayoría de usuarios populares, o *influencers*. La misma red propone una galería filtros antes de subir cualquier tipo de contenido, normalizando el retoque y la manipulación digital. (Imágenes 114,115,116,117,118 y 119 en Anexos).

Nada es real en esta plataforma, donde se suceden imágenes híper-perfectas y fotografías de ensueño, hasta que el ojo se acostumbra y nos hacemos cada vez un poco menos tolerantes a las proporciones y colores ordinarios. Así, el canon ha ido cambiando progresivamente hasta lo que es ahora, una caricatura. La figura de *Faux Queen* es el ideal femenino de belleza.

¿Y dónde queda la performance? Pues al igual que la broma, nos la hemos creído.

¿Es muy exagerado decir que la sociedad actual es pura ciencia ficción? Los cánones de belleza imponen una perfección irreal, los medios de comunicación se preocupan más por impactar que por informar, un porcentaje de personas mueren al año haciéndose *selfies*.

El presidente de los EEUU es una estrella de la tele-realidad (Wynn, 2018). El artificio (o la artificialidad) construye nuestras vidas: *fake news*, retoques con *photoshop*, efectos especiales, redes sociales, *reality shows*... Disfrutamos con o sin la conciencia de que la realidad objetiva ha muerto, de que todo es un producto confeccionado para parecer cierta cosa. Puro espectáculo. (Imagen 120 en Anexos).

Así, nuestros referentes no son ni siquiera físicos, son la representación virtual del objeto en lugar del objeto en sí. (Por poner un ejemplo muy rebuscado: el dinero digital es de por sí el equivalente simbólico de la representación simbólica del valor al

cambio que es un billete). Esto hace que las bases del conocimiento queden cada vez más lejanas.

Sontag (1964) introduce el ser, existir, como performance, la metáfora de la vida como teatro, reminiscente a la fantasía de Butler o a la deconstrucción posmoderna, y continúa en su texto diciendo que el gusto Camp observa todo entre comillas: una lámpara no es una lámpara, si no una “lámpara”. No se es una mujer, si no una “mujer”. Una pipa no es una pipa, sino una “pipa”.

¿Será la realidad perfeccionada de Instagram una forma más de representación? ¿Podemos considerarla arte? ¿Se puede hacer una reflexión similar al mirar la última foto de Kim Kardashian que al observar una caja de Brillo? ¿Un Pollock? ¿Estamos viviendo una segunda vanguardia? ¿Un segundo *dadá*? ¿Una nueva abstracción?

En su ensayo, Sontag (1964) diferencia tres sensibilidades en la creación cultural. Una primera sensibilidad moralista, la de la “alta cultura”, basada en la verdad, la belleza y la seriedad. Rechaza las creaciones populares por vulgares, y se niega el disfrute de placeres más “bajos” simplemente por no ser lo suficientemente “buenos”. Es la sensibilidad de la élite, y del siglo pasado, que presenta el arte, la creación, como algo elevado, cargado de significado y casi sagrado. La idea que las vanguardias, el *Dadá* y más adelante el Pop Art pusieron en duda (Sontag, 1964).

Una figura que representa muy bien esta visión es el Dandi, un snob, que trata con desdén todo lo que tenga que ver con un tipo de cultura menor y vulgar, que se escandaliza frente a la ordinariéz. Frente a él, el *conossieur* del Camp se siente orgulloso de su tolerancia a la misma. Disfruta sin tapujos de lo feo, de la vulgaridad, y del gusto sin restricciones (Sontag, 1964).

La segunda sensibilidad tiene más que ver con la tensión de la experiencia vital del individuo en contraste con la pureza estética y la belleza, la expresión personal que ignora las reglas de la alta cultura, que rechaza la belleza y la armonía en favor de la expresión de la emoción. Su valor radica en plasmar la experiencia humana (Sontag, 1964).

Podría enmarcar aquí a Goldin, Bowie o los Beatles, cómo ejemplos más modernos. ¿Quizás Nolan quiso interpretar a Batman desde esta perspectiva?

La tercera sensibilidad es la sensibilidad donde podemos inscribir el Camp. La de la belleza por la belleza, la total alabanza de la estética por encima del contenido, en detrimento de la seriedad o la trascendencia. Rechaza tanto las sensibilidades tradicionales cómo la emoción extrema y ofrece una salida alternativa (Sontag, 1964).

El camp no diferencia entre malo o bueno, ni sigue un juicio ordinario, es decir, tampoco argumenta que lo “bueno” es “malo” o viceversa, si no que propone un set diferente de estándares. Abre la puerta a otro tipo de experiencia, que no se atañe a las ordinarias. Rechaza el binomio en favor de otra alternativa, la de la experiencia exclusivamente estética del mundo. Es la victoria del estilo sobre el contenido, la ironía por encima de la tragedia, la cual Sontag considera su antítesis (Sontag, 1964). Si bien existe una seriedad inherente, y un *pathos*, son los del autor, que fracasan para permitir la lectura satírica. En el Camp lo más importante no son las ideas, sino la presentación, y esta primacía del estilo disocia de alguna manera el mensaje, haciendo que pierda valor, dando pie a la parodia y alejándose de la tragedia (Sontag, 1964).

En palabras de Sontag (1964): la sensibilidad Camp radica en un doble sentido, no literal y simbólico, si no en el salto o el vacío que existe entre que un objeto signifique algo, lo que sea, o que no signifique nada, que se convierta en puro artificio”. Puro decorado.

Y quiero citar también a Natalie Wynn en su video-ensayo *The Aesthetic* (Wynn, 2018) “el siglo XXI es un siglo estético. En la historia hay eras de la razón y eras del espectáculo y es importante reconocer en cuál estás (...) nuestro internet no es la antigua Atenas. Es Roma” (minuto 6:21). (Imagen 121 en Anexos).

5. Conclusiones.

El objetivo principal de este trabajo era trazar un paralelismo entre la filosofía *queer* del siglo pasado y la forma en la que entendemos la sociedad ahora. Para ello era imprescindible explicar los mecanismos de la deconstrucción, cómo y por qué se origina la inseguridad discursiva que vivimos, y la falta de referentes. Así como explorar sus diferentes repercusiones, y posibles respuestas.

La subjetividad antiesencialista de Hall puede compararse con la infinidad de narrativas e universos que nos encontramos al estar híper-conectados, lo que hace posible la influencia y retroalimentación entre movimientos sociales de diversa índole como pudo ser la llamada primavera árabe o más recientemente las revueltas que se están dando a lo largo de Latinoamérica, o en Hong Kong, y que pese a ocurrir en continentes diferentes con ecosistemas socioeconómicos diferentes, tampoco podemos descartar un posible efecto dominó que no hubiera tenido lugar si no existiese la exposición a eventos en tiempo real a kilómetros de distancia que nos permite la tecnología actual.

Solamente este hecho ya es un objeto de estudio apasionante y probablemente más importante que el que estoy tratando. Pero esto va de opulencia y trabajo innecesarios.

De todas formas, sí es cierto que hay varios factores comunes. Como intenté explicar, no vivimos en un vacío, si no rodeados de ilusiones y mentiras, pero cuya interrelación tiene efectos reales.

¿Qué mecanismos hay en común entre el contagio de revueltas civiles en Hong Kong o Latinoamérica y la adaptación de retóricas *queer* ya existentes desde el siglo XX en la sociedad del XXI? Las tendencias, provocadas por la inter-conectividad de la red, el hecho del contagio, y la imposibilidad de definirlo todo en extremos contrarios, en blanco o negro, pese a que la inmediatez imperante se esfuerza en clasificar y simplificar cualquier evento o concepto de esta forma, trasladándolo otras partes del mundo en categorías y bandos, y borrando por el camino toda diversidad de visiones.

Frente a esto, han surgido opciones alternativas en respuesta a las minorías no representadas, populismos, identidades de género o raza, reivindicaciones civiles...Y a diferencia de la contracultura del siglo pasado, estas diásporas no aparecen en un espacio discursivo exterior a la sociedad normalizada. Se hacen hueco desde el espacio que abre la subjetividad antiesencialista, entre las brechas del decorado ontológico que la posmodernidad ha dejado en ruinas. Suponen la dilatación del presente que denuncia Sousa, provocada por la oposición desde el cuidado y desde la visión del dolor que nos hace responsables del bienestar del otro.

El juicio de valor respecto a ellas dependerá del individuo, que decidirá si un partido político, un género, o una visión concreta de un conflicto social se acerca más o menos a su forma de entender el mundo. No vale de nada rechazar cada una de estas cosas como “perjudiciales” simplemente por que cuestionen el *statu quo*. La diversidad de visiones en cada una hace imposible y contradictorio hacer tal cosa. Solo nos queda el aceptarlas e intentar ponernos de acuerdo.

Irónicamente (y qué no lo es en este día y fecha) parte de estas diásporas se postulan como un bastión en contra de la diversidad discursiva. La inseguridad ha ayudado al crecimiento de muchos populismos de extrema derecha, cuyos discursos prometen una vuelta a la estabilidad cuyo precio es un retroceso social y económico a valores de hace un siglo, dándole la espalda al progreso en lugar de intentar adaptarse a él. Pero esta misma polarización es un ejemplo de que la fragmentación de visiones es irreversible. Vivimos en un caleidoscopio y en lugar de intentar romperlo deberíamos disfrutar de los colores.

Para poner un ejemplo de este cambio de paradigma, voy a ilustrar cómo ha cambiado el modo en el que la sociedad adopta símbolos de la cultura popular. A principios de siglo la máscara de V (que caracteriza al famoso anarquista de la novela gráfica *V de Vendetta*—Alan Moore, 1982—, adaptada a largometraje en 2005) fue el símbolo de *Anonymous*, organización que en su mayoría se relaciona con movimientos radicales anti-sistema de corte progresista.

El equivalente a *Anonymous* de esta década parece ser el personaje de el Joker, ya que, tras la polémica película, su puntura facial ha sido utilizada tanto por neonazis

hasta por manifestantes por la liberación de Hong Kong. El símbolo es tan ambivalente como sus interpretaciones, al igual que la película.

Y en eso consiste la posmodernidad, ¿No? Volviendo a referenciar a Sousa (Martínez & Henar, 2012), no es cuestión de resquicios modernos del siglo XX, ya hemos pasado esa etapa, si ni de la forma en la que vivimos esta etapa. De aceptar que el mundo es más complejo de lo que creíamos, que no podemos simplificarlo en malo o bueno. Y que el símbolo, (al igual que el vestido) es simplemente un símbolo y el significado (al igual que el género) lo pone quien lo quiera.

Así, las teorías *queer* resultan una de las mejores vías para abarcar todos estos cambios, por que el colectivo lleva enfrentando la inseguridad discursiva un siglo.

La fluidez o ambigüedad de género viene por un lado de la expresión personal, y por otro de una forma de rechazo al concepto binario tradicional. Es una resistencia hacia el *statu quo*, a la idea de que solo podemos encuadrarnos en un extremo u otro, independientemente de cómo entendamos nuestra propia existencia. Una resistencia a medir la vida en términos absolutos. (Imagen 122 en Anexos).

La sociedad del siglo XXI se ha adueñado de esta resistencia y de su estética Camp. La ironía, opulencia y la incongruencia estética que definía la contracultura *queer* del siglo pasado se ha adoptado como mecanismo de supervivencia y de expresión frente a la deconstrucción posmoderna, porque por primera vez, es la cultura general quien ve su realidad y su existencia puesta en tela de juicio, y no un grupo marginal.

La comunidad *trans* en concreto lleva la ventaja en cuanto a la fluidez ontológica ya que, al menos en la historia occidental, ha tenido que construir su cultura e identidades desde cero, al quedar su existencia fuera de lo real. En la fantasía. Y es la fantasía lo que define el estilo Camp.

Término que he utilizado como hilo conductor de mi argumento. La sociedad del siglo XXI con sus imágenes virales perfectas, comunicación publicitaria, extremas hazañas deportivas, no es otra cosa que una hipérbole de sí misma. La inseguridad y primacía de lo subjetivo se traduce en un pesimismo irónico, cuya expresión estética son la

opulencia y el exceso. ¿Pero puede existir fantasía de Butler en la etapa más avanzada del capitalismo?

En 1993, alrededor de 20.000 mujeres se manifestaron ilegalmente en Washington DC, y comieron fuego delante del capitol para protestar por la falta de representación lesbiana en la lucha LGBT, además de por la misoginia presente en muchas partes del movimiento. Intentando alejarse de la imagen estereotipada que se tenía de lesbiana, una mujer “hombruna” y “frígida” o antipática (por supuesto una lesbiana siempre va a ser “frígida” desde los estándares heterosexuales) intentaron protestar desde el humor, convirtiendo la protesta en una especie de fiesta política en la que repartían flyers, bailaban, utilizaban lemas pegadizos e irónicos. La única respuesta mediática fue que, de repente, ser lesbiana era “cool” y se acuñó el término *Lesbian Chic* (Thorn, 2019).

En ese mismo año, Brandon Teena fue violado y luego asesinado por dos amigos suyos. ¿El motivo? Tras descubrir que era transgénero, estos pasaron a considerarle una mujer lesbiana (Thorn, 2019).

La comunidad *queer* le dio la espalda a Madonna en 1990 por adueñarse del *Vogue*, un tipo de baile creado en el seno de grupos callejeros de *Drag Queens* de color, que se utilizaba para enfrentarse a bandas rivales. Madonna lo capitalizó al sacar un *single* homónimo, cuyo videoclip contaba con una mayoría de bailarines de tez clara, tras el escándalo del Jesucristo negro en *Like a Prayer*. En palabras de la *dragqueen* Pepper LaBeija: “Ellas (Madonna y Jennie Livingston, la que fue directora del documental *Paris is Burning*) se hicieron ricas; nosotras no obtuvimos nada” (Bas, 2019).

Cuando Prince murió hubo mucha gente que, respondiendo a las alabanzas como icono *queer*, contraargumento con que en su momento se había declarado en contra del matrimonio homosexual. Prince era un hombre heterosexual y religioso (por lo menos en la última parte de su vida) pero es no niega la influencia que ha tenido.

Una cosa es Prince el icono, y otra Prince la persona, pero cuando uno se convierte en lo otro, como pasa por ejemplo con muchos artistas, diferenciar se vuelve complejo, y de la misma forma que funciona la *différance* de Derrida, terminamos añadiendo más y

más carga conceptual, que desemboca en un impacto concreto, aunque éste se aleje de la intención del emisor.

La pregunta sería, entonces ¿es suficiente representar sin comprometerse?

Hoy en día la transexualidad esta en el centro del debate social, los roles de género no tradicionales, la deconstrucción de la identidad y de los códigos binarios empiezan a ser centro de muchas estrategias de marketing, bien por genuino activismo, bien por cumplir objetivos de Responsabilidad Social Corporativa y ganar buena imagen, o para acercarse a nichos de mercado sin explorar. Pero ¿hasta qué punto ayuda esto?

Quiero citar a J.M.Ellison (2017) activista *trans*, que en su ensayo para la conferencia *Purple Reign* en la universidad de Salford por la muerte de Prince, ilustra muy bien gran parte de lo que he intentado reflejar en este texto:

Prince fue respetado y celebrado por un tipo de expresión de género que termina con muchas personas *trans* asesinadas. En ese sentido, no era uno de nosotros (...) Las personas *trans* se presentan como una historia exitosa. Los medios dicen que somos la próxima lucha por los derechos civiles (...) Somos famosos por nuestra visibilidad, mientras que mujeres *trans* negras siguen siendo asesinadas por esta razón (...) Al parecer, nos hemos liberado al convertirnos en un nicho de mercado. Mientras tanto, no hay nadie en la corriente *mainstream* como Prince. ¿Es este el futuro? ¿Funciona? (Ellison, 2017).

El márketing es la herramienta capitalista por antonomasia, y su lenguaje se ha filtrado en nuestra vida diaria. Nuevas formas de comunicación comercial han sabido adaptarse a los tiempos, la conciencia social que ha traído consigo el siglo XXI y la nueva ola feminista, la llamada democratización de las tendencias, que gracias a internet y su capacidad de abrir un diálogo directo entre el creador y el público, han pasado de ser creadas por las instituciones o empresas a responder a las diferentes corrientes estéticas que surgen espontáneamente a nivel social.

La estrategia de las grandes empresas es apuntarse a las tendencias, hacerse con ellas y mercantilizarlas. Un buen ejemplo es cómo la industria del lujo se ha hecho con la

estética y cultura urbana de los barrios pobres latinoamericanos, siguiendo la popularidad que ha ganado el reggaetón en la última década.

Más recientemente, en un paralelismo inesperado para con 1993, la editorial alemana de Elle tuvo que disculparse públicamente (Diderich, 2019) por una portada cuyo titular rezaba “*Black is Back*”, refiriéndose al aumento de diversidad racial en la pasarelas, y tratando de simple tendencia la atención que recibe el movimiento por la justicia social *Black Lives Matter* y en el que el debate contra la violencia policial racista en EEUU está en su auge.

Que una publicación internacional como Elle trate de moda este movimiento es alarmante, pero por otro lado, que haya tenido que retractarse y pedir disculpas públicamente dice mucho de lo que se ha avanzado.

En la misma línea, la artista Rihanna, que en este momento es más empresaria que cantante pop, ha sacado una marca de belleza y ropa interior femenina de la mano de Fenty: Savage, que presenta tonos de maquillaje que para cualquier tono de piel (no simplemente los tradicionales, adaptados principalmente al tono de piel de mujeres blancas), y tallas más inclusivas de lencería. Su desfile en la Semana de la Moda de Nueva York en 2018 (que repetiría en 2019), con modelos de todas las tallas y etnias, ha desbancado la dictadura sexista, rancia y transfóbica (Villareal, 2018) de *Victoria's Secret*, cuyo desfile de este año ha tenido que ser cancelado por problemas de financiación. (Flanagan, 2019) Así, no es posible representar sin comprometerse. Pero la representación y el compromiso se están convirtiendo en la única vía de comercialización posible (y rentable).

El poder del consumidor y el cambio de mentalidad sí parece estar haciendo mella en la industria, y pese a que aún queda mucho que caminar, (las grandes multinacionales siguen controlando el mercado, y gente como Jeff Bezos acumula cantidades de dinero que sobrepasan por mucho cualquier tipo de ética), una visión más responsable e inclusiva está ganando influencia.

Quizás queda sitio para el optimismo. Si en lugar de fabricar comunicación orientada a colectivos minoritarios, se abriera de una vez por completo un espacio discursivo,

social y mediático donde estos puedan comunicarse desde sus propias experiencias, con su propio lenguaje y narrativas, y sin el riesgo convertirse en productos o estereotipos.

Y esto solo ocurre a través de la normalización, que gracias a la deconstrucción posmoderna, es más posible que nunca. Aceptar la fluidez ontológica desde la responsabilidad, desde el dolor, desde lo que nuestro bienestar les cuesta a otros. La oposición desde el cuidado de Sousa (Martínez & Henar, 2012), puede ser un buen camino para una sociedad mejor.

Al inicio de este texto he planteado tres preguntas, en referencia al cambio de paradigma que caracteriza la posmodernidad:

¿Es nuestra identidad una farsa? La respuesta es sí.

¿Si es así, cómo deberíamos definirnos a nosotros mismos? Cómo más nos apetezca.

¿Vale algo la pena? Los derechos humanos y una vida digna vale la pena.

6. Bibliografía

Arn, J. (5 de 9 de 2018). *The Camp Aesthetic Is Everywhere, from Andy Warhol to American Politics*. Obtenido de Arsty.com: <https://www.artsy.net/article/artsy-editorial-camp-aesthetic-andy-warhol-american-politics>

Atkinson, N. (3 de 6 de 2019). "*Black drag queens invented camp*": why we need this history lesson. Obtenido de The globe and mail: <https://www.theglobeandmail.com/life/style/article-black-drag-queens-invented-camp-why-we-need-this-history-lesson/>

Aylesworth, G. (2015). *Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Obtenido de <https://plato.stanford.edu/entries/postmodernism/>

Barker, C. (2003). *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona: Paidós.

Bas, B. (1 de 12 de 2019). *EL País Semanal*. Obtenido de https://elpais.com/elpais/2019/11/27/eps/1574854462_051471.html

Brooker, W. (2001). *Batman Unmasked: Analyzing a Cultural Icon*. New York: Continuumm.

Butler, J. (2006). *Deshacer el género*. Barcelona: Paidós.

Buzzi, S., & Gibson, P. C. (2013). *Fashion Cultures: Therories, Explorations and Analysis*. London: Routledge.

Castro, E. (2012). <https://sinismos.wordpress.com/>. Obtenido de <https://sinismos.files.wordpress.com/2012/03/michel-foucault-sujeto-e-historia.pdf>

Diderich, J. (30 de 10 de 2019). *WWD*. Obtenido de <https://wwd.com/business-news/media/elle-germany-apologizes-after-black-is-back-controversy-naomi-campbell-1203359119/>

Dodd, U. (28 de 11 de 2017). *Queerbaiting And The Issue Of LGBT Representation In The Media*. Obtenido de Rife Magazine: <https://www.rifemagazine.co.uk/2017/11/queerbaiting-and-the-issue-of-lgbt-representation-in-the-media/>

Ellison, J. (26 de 5 de 2017). *When Were You Mine? Prince's Legacy in the Context of Transgender History*. Obtenido de <https://jmellison.net/if-we-knew-trans-history/when-were-you-mine-princes-legacy-in-the-context-of-transgender-history/>

Entwistle, J. (2000). *El cuerpo y la moda: una visión sociológica*. Barcelona: Paidós.

Flanagan, H. (21 de 11 de 2019). <https://people.com>. Obtenido de <https://people.com/style/2019-victorias-secret-fashion-show-canceled/>

Gaultier, J. P. (11 de 1 de 2016). *My Bowie: Jean Paul Gaultier*. Obtenido de <https://www.out.com/fashion/2013/03/13/my-bowie-jean-paul-gaultier>

- Goodman, E. (11 de 4 de 2019). *John Waters Is the Original Punk*. Obtenido de them.: <https://www.them.us/story/john-waters-profile-camp/amp>
- Goodman, E. (4 de 4 de 2019). *What is Camp*. Obtenido de them.: <https://www.theglobeandmail.com/life/style/article-black-drag-queens-invented-camp-why-we-need-this-history-lesson/>
- Hall, S. (1989). <http://rlwclarke.net/>. Recuperado el 2019, de <http://www.rlwclarke.net/Theory/SourcesPrimary/HallCulturalIdentityandDiaspora.pdf>
- Harrison, P. (2006). <https://sk.sagepub.com>. Obtenido de <https://sk.sagepub.com/books/download/approaches-to-human-geography/n10.pdf>
- Huygen, M. V. (1 de 12 de 2016). *Mental Floss*. Obtenido de A Brief History of Polari, Gay England's Once-Secret Lingo: <http://mentalfloss.com/article/89393/brief-history-polari-gay-englands-once-secret-lingo>
- Knowyourmeme. (11 de 10 de 2019). *Knowyourmeme*. Obtenido de <https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/joker-2019-film>
- Luu, C. (6 de 6 de 2018). *The unspeakable linguistics of camp*. Obtenido de Jstor Daily: <https://daily.jstor.org/unspeakable-linguistics-camp/>
- Marcuse, H. (2014). *EL hombre unidimensional*. Barcelona: Ariel (Planteta S.A).
- Martínez, A., & Henar, J. (2012). *La postmodernidad ante el espejo*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- McRobbie, A. (2 de 3 de 2011). *Queer adventures in Cultural Studies: Introduction*. Obtenido de Taylor & Francis Online: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09502386.2011.535982>
- Newton, E. (1979). *Mother Camp: Female Impersonators in America*. Chicago: University Of Chicago Press.
- Online Etymology Dictionary. (2019). *Online Etymology Dictionary*. Obtenido de <https://www.etymonline.com/word/camp>
- Plummer, J. (24 de 5 de 2017). *Dick Grayson vs. toxic masculinity*. Obtenido de Bookriot.com: <https://bookriot.com/2017/05/24/dick-grayson-vs-toxic-masculinity/>
- Riedel, S. (6 de Mayo de 2019). <https://www.them.us/>. Obtenido de <https://www.them.us/story/superhero-camp-batman-robin-joel>
- Rotten Tomatoes. (1 de 3 de 2006). *Rotten Tomatoes*. Obtenido de <https://editorial.rottentomatoes.com/article/clooney-claims-his-batman-was-gay-barbara-walters-interviews-other-people/>
- Ruvalcaba, H. D. (14 de 2 de 2017). *Citizen Queer*. Obtenido de ZEDbooks: <https://www.zedbooks.net/home/>

Sims, C. (22 de 9 de 2016). *ICYMI: The rainbow Batman has finally returned*. Obtenido de Comics Alliance: <https://comicsalliance.com/icymi-rainbow-batman-trinity-1/>

Sontag, S. (1964). <https://monoskop.org>. Obtenido de <https://monoskop.org>: https://monoskop.org/images/5/59/sontag_susan_1964_Notes_on_Camp.pdf

Thorn, O. (28 de 10 de 2019). *Philosophy Tube* . Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=5Hi6j2UXEZM>

Villareal, D. (17 de 11 de 2018). <https://www.lgbtqnation.com>. Obtenido de <https://www.lgbtqnation.com/2018/11/victorias-secret-ceo-resigns-following-transphobic-comments/>

Vogel, J. (7 de 5 de 2018). *Was Prince's androgyny about identity or branding?* Obtenido de <https://www.forbes.com/sites/joevogel/2018/05/06/was-princes-androgyny-about-identity-or-branding/#1bdd4317450a>

Weldon, G. (3 de 4 de 2016). *A Brief History of Dick*. Obtenido de Slate.com: <https://slate.com/culture/2016/04/the-history-of-the-gay-subtext-of-batman-and-robin.html>

Werthman, F. (1954). *The seduction of the innocent*. New York: Rinehart.

Widewalls Editorial. (3 de 10 de 2016). *Campy Art and why we love it*. Obtenido de Widewalls.com: <https://www.widewalls.ch/campy-art-definition-artworks-culture/>

Worldometers. (2019). *Worldometers*. Obtenido de <https://www.worldometers.info/world-population/>

Wynn, N. (19 de 9 de 2018). *Youtube channel: Contrapoints*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=z1afqR5QkDM>

Young, D., & Priest, G. (22 de 9 de 2016). <https://aeon.co>. Obtenido de <https://aeon.co/essays/how-can-duchamp-s-fountain-be-both-art-and-not-art>

7. ANEXOS



Imagen 1. Billy Porter de TheBlonds en la Gala MET. Recuperado de: <https://www.vogue.com/slideshow/met-gala-2019-red-carpet-live-celebrity-fashion#5>



Imagen 2. Billy Porter de TheBlonds en la Gala MET. Recuperado de: <https://www.vogue.com/slideshow/met-gala-2019-red-carpet-live-celebrity-fashion#5>



Imagen 3. Katy Perry de Moschino referenciando el traje-candelabro de la película *Priscila Queen of the Desert*. Recuperado de: <https://www.vogue.com/slideshow/met-gala-2019-red-carpet-live-celebrity-fashion#5>



Imagen 4. Harry Styles y el diseñador de Gucci desde 2015, Alessandro Michele, ambos de Gucci. Recuperado de: <https://www.vogue.com/slideshow/met-gala-2019-red-carpet-live-celebrity-fashion#5>

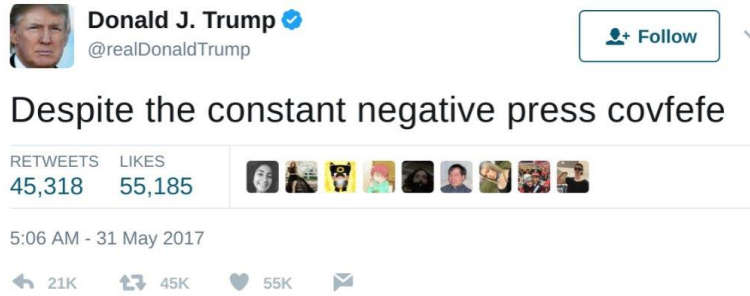


Imagen 5. ¿Señor presidente?. Recuperado de: <https://www.theverge.com/2017/5/31/15717442/donald-trump-covfefe-tweet-twitter>



Imagen 6. Batman telling it like it is*. Recuperado de: <https://clousi.tumblr.com/post/188343138460/jerseydevious-boys-you-hearin-this>

*Referencia

del

memes: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Telling%20it%20like%20it%20is>



Imagen 7. Two guys sleeping in twin beds, inches apart 'cause they're not gay*. Recuperado de: <https://en.wikipedia.org/wiki/File:Batbed.png>

*Referencia meme: <https://knowyourmeme.com/memes/two-bros-chillin-in-a-hot-tub>



Imagen 8. Lake date. Recuperado de: <https://womph.net/2013/02/27/seduction-of-the-innocent-the-lies-that-crippled-comics/>



Imagen 9. El traje se conoce entre los fans cómo *Discowing*. Recuperado de [:https://slate.com/culture/2016/04/the-history-of-the-gay-subtext-of-batman-and-robin.html](https://slate.com/culture/2016/04/the-history-of-the-gay-subtext-of-batman-and-robin.html)



Imagen 10. *The original Glo-Up**. Recuperado de [:https://bookriot.com/2017/05/24/dick-grayson-vs-toxic-masculinity/](https://bookriot.com/2017/05/24/dick-grayson-vs-toxic-masculinity/)

*Referencia meme: <https://knowyourmeme.com/memes/glo-up>



Imagen 11. Oh no. Recuperado

de: https://i.somethingawful.com/u/ctstalker/2014/Saoshyant_JLA_44.jpg



Imagen 12 e imagen 13. No cops at pride, just rainbow Batman*. Recuperado

de: https://dc.fandom.com/wiki/Detective_Comics_Vol_1_241 y <http://tohaveacurse.blogspot.com/2012/01/comic-panel-of-week-rainbow-batman.html>

respectivamente.

*Referencia meme: <https://knowyourmeme.com/memes/no-cops-at-pride>



Imagen 14. Rainbow Batman 2.0. Recuperado de: <https://comicsalliance.com/icymi-rainbow-batman-trinity-1/>



Imagen 15. Hi guys!!'m gey Ironman, Recuperado de: http://kissthemgoodbye.net/movie/Marvel/displayimage.php?album=18&pid=87826#top_display_media



Imagen 16. La cara de un hombre recién salido del armario. Recuperado de: http://kissthemgoodbye.net/movie/Marvel/displayimage.php?album=18&pid=87826#top_display_media



Imagen 17. El Batman de Adam West. Recuperado de: <https://willmckinley.wordpress.com/2013/09/19/blessed-by-adam-west/>

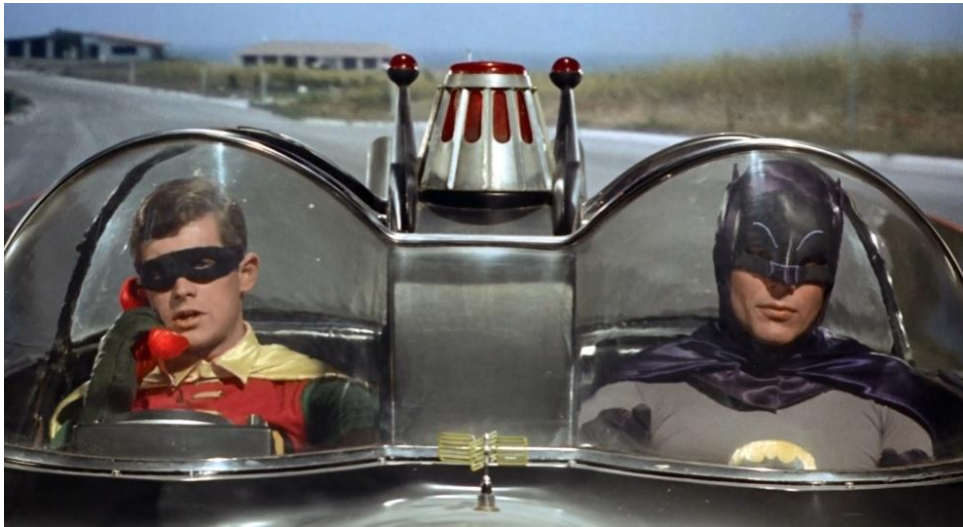


Imagen 18. El *Batmóvil* usa 5G y tiene línea directa con el presidente. La contraseña es *Covfefe*.
Recuperado de: <https://ianfarrington.wordpress.com/2015/02/17/batman-the-movie-1966-leslie-h-martinson/>



Imagen 19. Batman y el Joker se echan unas risas a cuenta de cometer actos violentos en la última página de *The Killing Joke*. Recuperado de: <https://www.cultofwhatever.com/2016/08/batman-the-killing-joke-review-one-bad-half-of-a-great-movie/>



Imagen 20. La Gotham de Tim Burton. Recuperado de:
<http://www.gothamwdeszczu.com.pl/en/2013/05/08/tim-burtons-city-of-nightmares>



Imagen 21. Los fantabulosos Batman & Robin. Recuperado
de: <https://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/batman-robin-at-20-joel-schumacher-more-reveal-what-happened-1014972>



Imagen 22. Los adorables PoisonIvy y MrFreeze. Recuperado de:<https://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/batman-robin-at-20-joel-schumacher-more-reveal-what-happened-1014972>



Imagen 23. George Clooneysaid *Gay Rights**, (y también dijoBrokebat Mountain).Recuperado de:<https://www.theimproper.com/film/3971/george-clooney-reflects-hilariously-batman-role-watch/>

*Referencia meme:<http://nymag.com/intelligencer/2019/02/a-brief-history-of-saying-gay-rights-online.html>



Imagen 24. Ya te avisan de la bromita en el tráiler*. Recuperado de: <https://destinytomoon.tumblr.com/post/187336041770/joker-trailer-really-have-a-person-holding-a-sign>

*Referencia meme: <https://knowyourmeme.com/memes/subcultures/joker-2019-film>

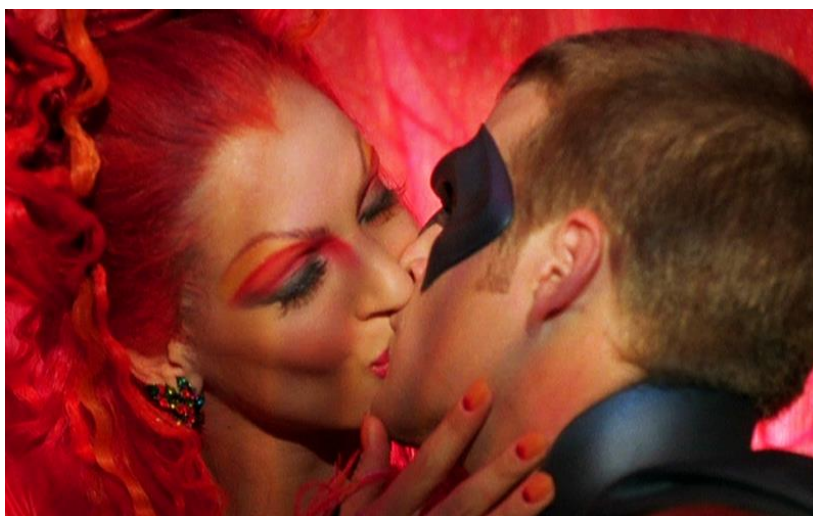


Imagen 25. Smooch. Recuperado de: https://www.popsugar.co.uk/celebrity/photo-gallery/42939914/image/42939814/Batman-Robin?utm_medium=redirect&utm_campaign=US:ES&utm



Imagen 26. Gracias a ti también Jeff Goldblum. Recuperado de:http://kissthemgoodbye.net/movie/Marvel/displayimage.php?album=28&pid=112581#top_display_media



Imagen 27. La única película de Marvel que sabe lo que hace. Recuperado de:http://kissthemgoodbye.net/movie/Marvel/displayimage.php?album=28&pid=116317#top_display_media



Imagen 28. El gótico moderno. Recuperado de: <https://ramblingsofacinephile.com/2016/02/12/what-we-do-in-the-shadows/>



Imagen 29. Divine de la muerte en Pink Flamingos Recuperado de: <http://darkroom.baltimoresun.com/2015/10/remembering-legendary-drag-queen-divine/#1>



Imagen 30. Divine y Debbie Harry en Hairspray. Recuperado de: <https://clthor1007.wordpress.com/2015/01/08/hairspray-1988/>



Imagen 31. Rocky Horror Picture Show. Recuperado de: <https://21tattoo.wordpress.com/category/susan-sarandon/>



Imagen 32. *Priscila Queen of the Desert*. Recuperado de: <https://www.blu-ray.com/movies/The-Adventures-of-Priscilla-Queen-of-the-Desert-Blu-ray/22778/>

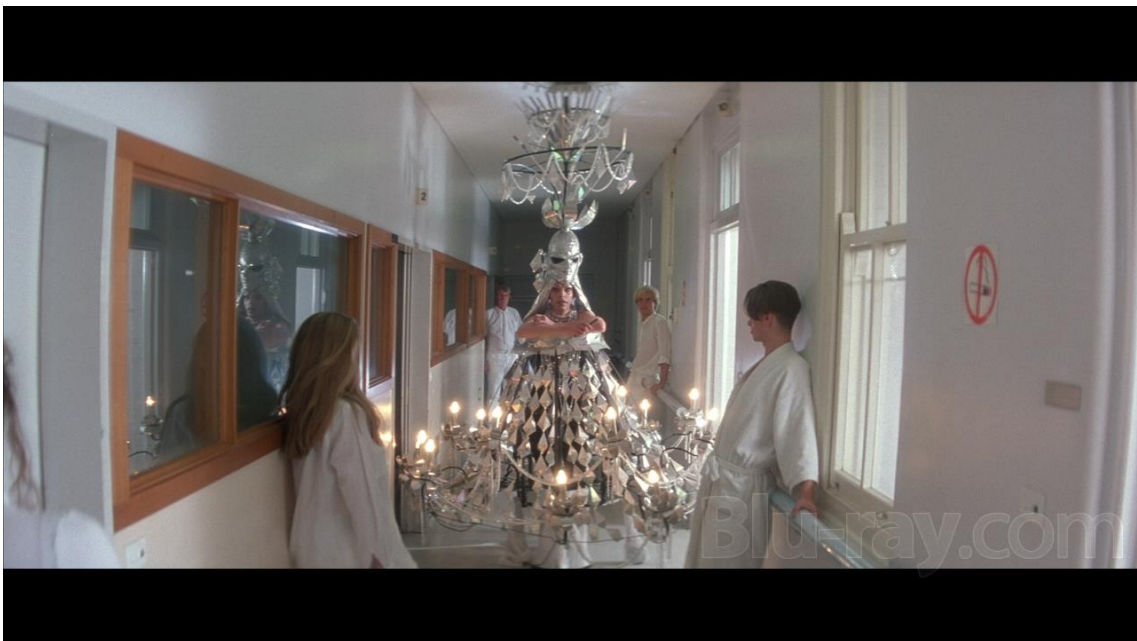


Imagen 33. Vestido candelabro. Recuperado de: <https://www.blu-ray.com/movies/screenshot.php?movieid=22778&position=7>



Imagen 34. Vestido de chanclas. Recuperado de: <https://www.nfsa.gov.au/collection/curated/priscilla>





Imagen 35 y 36. Vestuario en El quinto elemento (1997). <http://saffron-sugar.com/2017/05/01/cinematic-cosmetics-the-fifth-element-by-luc-besson/>



Imagen 37. Los Beatles, demasiado buenos para ser Camp © Recuperado de: <https://thebeatlepedia.wordpress.com/2013/08/14/a-historia-da-cancao-i-am-the-walrus/>



Imagen 38.Reinterpretación moderna de *La Bella y la Bestia*. Recuperado de:<http://www.theglobaldispatch.com/full-beauty-and-the-beast-trailer-poster-pay-homage-to-original-classic-film-42715/>



Imagen 39.*Blade Runner 2049*. Recuperado de:www.slashfilm.com/blade-runner-2049-trailer-breakdown/



Imagen 40. *Prêt-à-porter una cabeza, aparentemente. Así la gente despistada podemos perderla, al fin. Gracias Gucci (nombre alternativo: mi abuela sale a sacar y tiene un accidente).* Recuperado de: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/gucci/slideshow/collection#1>



Imagen 41. *¿Prêt-à-porter un dragón bebé? ¡Gracias Gucci! Que daño ha hecho Juego de Tronos.* Recuperado de: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/gucci/slideshow/collection#57>



Imagen 42. *Prêt-à-porter el vestido sin desempaquetar, y un tercer ojo gratis. 10/10 en atención al cliente, Gucci.* Recuperado de: <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2018-ready-to-wear/gucci/slideshow/collection#90>



Imagen 43. *Todo buen millennial siente este vestido en lo más profundo de su alma.* Recuperado de: <https://www.eonline.com/photos/26760/viktor-rolf-s-statement-making-spring-summer-2019-haute-couture-collection/902797>



Imagen 44. *Servidora siente éste en su pobre corazón.* Recuperado de: <https://www.eonline.com/photos/26760/viktor-rolf-s-statement-making-spring-summer-2019-haute-couture-collection/902797>



Imagen 45. Es una buena colección para la alfombra roja, HaileeSteinfeld en la gala MET. Recuperado de: <https://www.vogue.com/slideshow/met-gala-2019-red-carpet-live-celebrity-fashion#5>



Imagen 46. Gucci ft Coco Capitán para la colección Otoño-Invierno 2017. Recuperado de: <https://news.artnet.com/art-world/gucci-artist-coco-capitan-collaboration-1094915/amp-page>



Imagen 47. Máscaras de Purpurina en la colección Otoño-Invierno 2018 de GiambattistaValli. Recuperado de: <https://hellogiggles.com/fashion/giambattista-valli-models-faces-covered-in-glitter-during-paris-fashion-week-show-2018/>



Imagen 48. MrFreeze lo llevó primero en *Batman & Robin* (1997). Recuperado de: Creación propia.



Imagen 49. Marineserre colección otoño-invierno 2018. Recuperado de: <https://www.theskinnybeep.com/2018/03/marine-serre-fall-winter-2018-womens-collection-paris-fashion-week/>

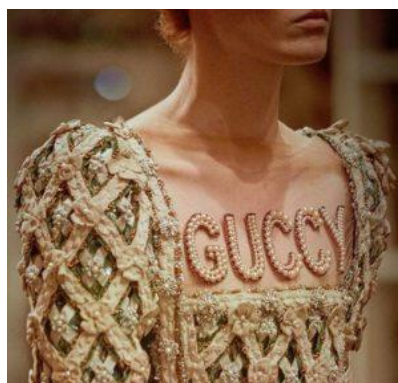


Imagen 50. Gracias Guccy de la colección Crucero de 2018 .Recuperado de: <https://www.therightbrainstudio.com/fake-gucci-real-guccy-fashions-identity-crisis-alter-ego/>



Imagen 51. ¿No es genial?, una falsificación oficial por sólo 1400\$. Recuperado de: <https://www.therightbrainstudio.com/fake-gucci-real-guccy-fashions-identity-crisis-alter-ego/>



Imagen 52. *Spoiler: It's not*, y cuesta 2195\$. Recuperado de: <https://www.therightbrainstudio.com/fake-gucci-real-guccy-fashions-identity-crisis-alter-ego/>



Imagen 53. *Stand* oficial de “Deisel” en Canal Street. Recuperado de: <https://www.therightbrainstudio.com/fake-gucci-real-guccy-fashions-identity-crisis-alter-ego/>



Imagen 54. Las zapatillas que lo empezaron todo, de Balenciaga. Recuperado de: <https://www.gq.com/story/balenciaga-triple-s-sneakers-review>



Imagen 55. Una de las propuestas más populares, zapatillas deconstruidas (o mal redimensionadas en Photoshop sin pulsar shift+alt) de Louis Vuitton. Recuperado de: <https://www.popsugar.co.uk/fashion/photo-gallery/44581670/image/44581638/Dad-Sneakers-Fashion-Week-Fall-2018>



Imagen 56. Otra jugada de Balenciaga, que parece haberse inspirado en la bolsa de Ikea para uno de sus diseños. Recuperado de: <https://www.highsnobiety.com/2017/04/25/ikea-responds-balenciaga-copycat-tote-bag/>



Imagen 57. La respuesta de la empresa sueca. Recuperado de: <https://www.highsnobiety.com/2017/04/25/ikea-responds-balenciaga-copycat-tote-bag/>



Imagen 58 y 59: Sitabellan, modelo española que está a la vanguardia de las tendencias actuales. Su Instagram es una fantasía. Recuperado de: <https://www.instagram.com/sitabellan/>



Imagen 60 y 61: BadBunny, artista independiente *trap* puertorriqueño que gobierna la corriente musical y estética actual. Recuperado de: <https://www.instagram.com/badbunnypr/>



Imagen 62 y 63. El diseño que de Palomo Spain que llevó Beyoncé para anunciar su embarazo. <https://www.dazeddigital.com/fashion/article/36760/1/beyonce-is-wearing-palomo-spain-outfit-in-her-baby-picture-we-love-it> y <http://newmalefashion.blogspot.com/2016/10/palomo-spain-ss16.html?m=1> respectivamente.



Imagen 64 y 65. Diseños de Palomo Spain Otoño-Invierno 2017. Recuperado de;
<http://www.malefashiontrends.com/2017/02/palomo-spain-fall-winter-2017-new-york.html>



Imagen 66. Jared Leto de Gucci. Recuperado de: <https://www.vogue.com/slideshow/met-gala-2019-red-carpet-live-celebrity-fashion#5>



Imagen 67. Ezra Miller de Burberry con joyería de Tiffany& Co. Recuperado de: <https://www.vogue.com/slideshow/met-gala-2019-red-carpet-live-celebrity-fashion#5>



Imagen 68. Katy Odell Beckham Jr. de Thom Browne Recuperado de: <https://www.vogue.com/slideshow/met-gala-2019-red-carpet-live-celebrity-fashion#5>

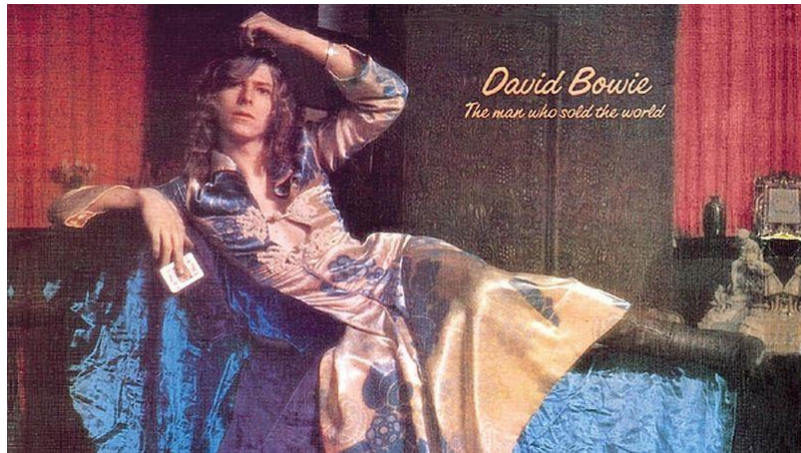


Imagen 69:Portada de *The Man Who Sold the World* (1970) Recuperado de :
<https://music.avclub.com/on-the-man-who-sold-the-world-david-bowie-found-his-ca-1798243254>



Imagen 70. Lo siento David. Recuperado de:<https://ultimateclassicrock.com/david-bowie-last-five-years/>



Imágenes 71,72,73 y 74. Modelos icónicos de Bowie. Recuperado de:
<https://www.billboard.com/photos/1550592/david-bowies-fashion-evolution> ,
<https://www.pinterest.es/pin/529243393704284027/?nic=1a> y
<https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-35280985> respectivamente



Imagen 75. *The New York Dolls*. Recuperado de: <http://sam-musiclovers.blogspot.com/2015/09/new-york-dolls.html>



Imagen 76: *Jimmy Paulette y taboo en el baño*. Recuperado de: <https://www.konbini.com/mx/inspiracion/sexo-vih-y-muerte-nan-goldin-retrato-la-vida-sin-filtros/>

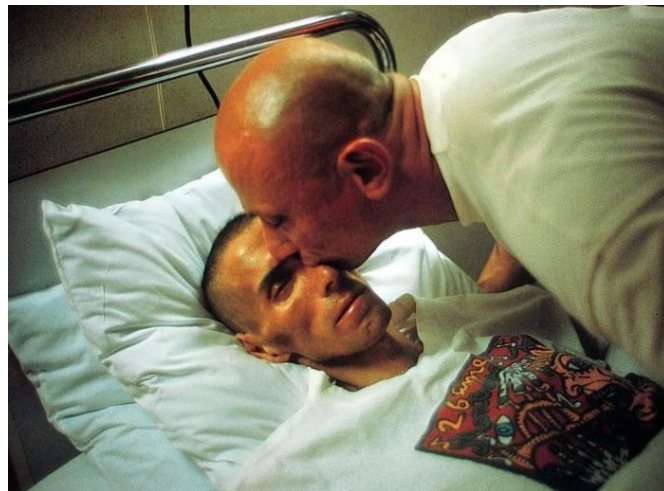


Imagen 77: *NanGoldin. Gotscho besando a Gilles, Paris, 1992*. Recuperado de: <https://paddle8.com/work/nan-goldin/130032-gotscho-kissing-gilles-paris/>



Imagen 78: NanGoldin – Misty y Jimmy Paulette en un taxi, NYC, 1991. Recuperado de: <https://www.albedomedia.com/cultura/la-cara-b-de-nan-goldin/attachment/misty-and-jimmy-paulette-in-a-taxi-nyc-1991-by-nan-goldin-born-1953/>



Imagen 79: Marsha P. Johnson (dcha), una de las iniciadoras de las revueltas de Stonewall,. Recuperado de: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/marsha-p-johnson-transgender-statue-stonewall-new-york-lgbt-a8955766.html>



Imagen 80. Grace Jones. Recuperado de: <https://www.blogto.com/film/2017/08/grace-jones-documentary-tiff-toronto/>



Imagen 81 e imagen 82. Beyoncé y Tina Turner, las dos de dorado. Recuperado de <https://www.ibtimes.co.uk/who-should-replace-beyonce-coachella-2017-headliner-rihanna-lady-gaga-favourites-1608376> y <https://selinadee.wordpress.com/tag/tina-turner-live/> respectivamente.



Imagen 83. Laverne Cox de Christian Siriano en la gala MET. Recuperado de: <https://www.vogue.com/slideshow/met-gala-2019-red-carpet-live-celebrity-fashion#5>



Imagen 84. Lena Waithe (izda) con "Black Drag Queens invented Camp" escrito en la espalda, y Kerby Jean-Raymond (dcha), de Pyer Moss con joyería de David Yurman en la Gala MET. Recuperado de: <https://www.vogue.com/slideshow/met-gala-2019-red-carpet-live-celebrity-fashion#5>



Imagen 85: Princ, *He was baby**. Recuperado de: <https://www.glamour.com/gallery/princes-20-most-memorable-outfits>

*Referencia del meme: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=is+baby>





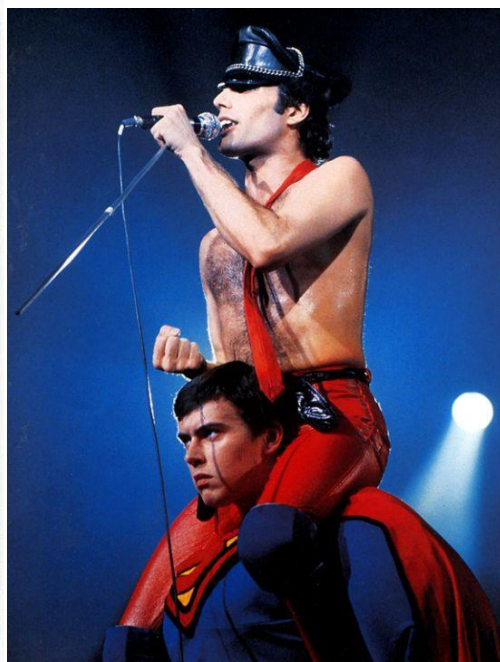
Imágenes 86,87 y 88. Algunos de los mejores modelos de Elton John. Recuperado de: <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/photos-elton-johns-outfits-through-the-years-2021/1977-5-171765/>



Imagen 89 y 90. Dos icónicos trajes de Freddie Mercury. Recuperado de: <https://www.aboutfreddiemercury.com/freddie-mercurys-clothing/> y <https://www.etonline.com/the-most-unforgettable-iconic-looks-from-freddie-mercury-pics-112880> respectivamente.



Imagen 911 y 92. Mercury referenciando el estilo oriental que ya llevó Bowie en su momento
Recuperado de: <https://www.vogue.co.uk/article/style-icon-freddie-mercury> y
<https://www.pinterest.es/pin/405816616403344771/?nic=1a> respectivamente.



Imágenes 93 y 94. Lo que viene siendo este texto resumido en dos imágenes. En efecto valen las mil palabras (en concreto 12.221 hasta ahora). Lo único que quizás queda por decir aquí es Freddie

Mercury redimió a DarthVader.. Recuperado de:

<https://www.pinterest.de/pin/365495325980743350/?nic=1a> y <https://www.throwbacks.com/20-times-freddie-mercury-proved-he-was-both-the-best-singer-and-the-king-of-fashion/>



Imagen 955 y 96. Paralelismo entre el traje que el cantante llevó en Madison Square Garden en 1977 y el traje brillante de Gucci, llevado por Rihanna, en 2017. Recuperado de:

<https://www.etonline.com/the-most-unforgettable-iconic-looks-from-freddie-mercury-pics-112880> y <https://www.pinterest.es/pin/306526318379544217/?nic=1a> respectivamente.



Imagen 97. Madonna con el icónico corsé triangular. Recuperado de: <https://fashion.allwomenstalk.com/incredible-iconic-fashion-moments/6/>



Foto 98,99,100 y 101. Lady Gaga, Katy Perry, NickyMinaj y CardiB. Recuperado de: <https://metro.co.uk/2010/09/13/lady-gaga-meat-dress-shocks-mtv-video-music-awards-509835/>, <https://www.billboard.com/photos/426401/katy-perrys-50-most-outrageous-outfits> , <https://www.billboard.com/photos/428564/nicki-minajs-25-most-outrageous-outfits> y <https://www.instyle.com/fashion/cardi-b-best-style?slide=3232414#3232414> respectivamente.



Imagen 102. Frank Ocean, quizás también demasiado bueno para ser Camp, en el magnífico videoclip de Nikes. Recuperado de: <https://www.npr.org/2016/12/20/506160522/frank-ocean-nikes?t=1571950188213>



Imagen 103 y 104. Fotografías de las manifestaciones en el Instagram del artista. Recuperado de: <https://www.instagram.com/badbunnypr/>



Imagen 105,106,107 y 108:BadBunny en la portada de la revista Paper(Junio 2019) y otras fotografías de su Instagram. Recuperado de: <https://www.instagram.com/badbunnypr/>



Imagen 109. Kim Kardashian en la Met Gala, de Mugler. Recuperado de:<https://www.intouchweekly.com/posts/met-gala-2019-kim-kardashians-trainer-defends-her-cinched-waist>



Imagen 110 y 111. Fotografías de Instagram de Kim Kardashian. Recuperado de: <https://www.instagram.com/kimkardashian/>



Imagen 112 y 113. Fotografías del Instagram de Kyle Jenner. Recuperado de: <https://www.instagram.com/kyliejenner/>

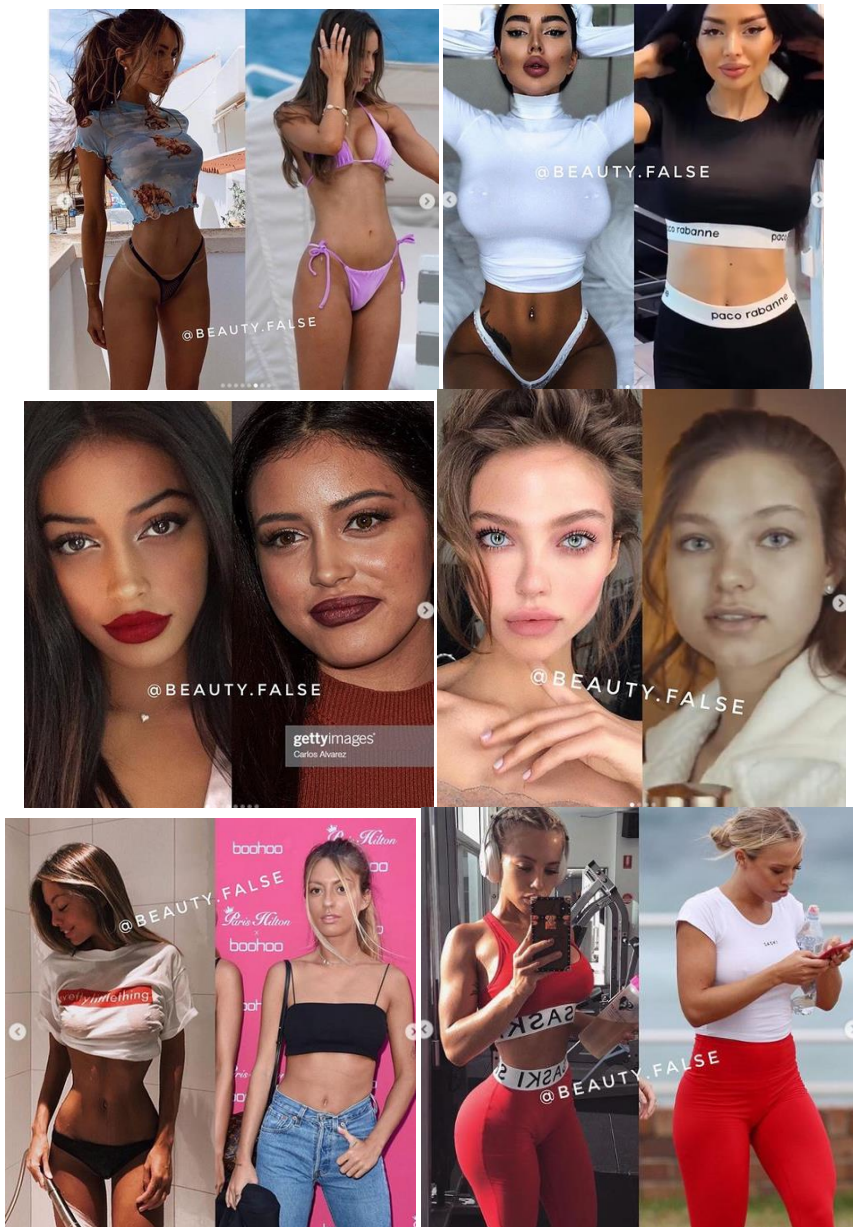


Imagen 114,115,116,117,118 y 119. Ejemplo de retoques en Instagram. Recuperado de: <https://www.instagram.com/beauty.false/>



Imagen 120. Contenedores de Gucci. *This is the bad timeline**. Thanks Gucci, I guess. Recuperado de: <https://www.therightbrainstudio.com/fake-gucci-real-guccy-fashions-identity-crisis-alter-ego/>



Imagen 121. Contrapoints haciendo las preguntas. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=z1afgR5QkDM&t=382s>



Imagen 122. Pese a las sabias palabras de Obi Wan, Anakin pasó a llamarse Darth Vader. Pero se redimiría más tarde, al llevar a Freddie Mercury sobre los hombros. Recuperado de: <https://gfycat.com/tensefemalekillerwhale>

*Referencia meme: No es un meme, está ahí, en la película.