
Sobre la

SENSIBILIDAD CAMP

y la

ENAJENACIÓN KITSCH

(ON THE SENSITIVITY CAMP
AND THE DISPOSAL KITSCH)

Maribel García Rodríguez

RESUMEN

Kitsch vs Camp es un texto que establece las características principales de cada uno basadas en reconocidos autores sobre el tema como Sontag, Greenberg y Moles, procurando ejemplificar con imágenes cada uno de los conceptos propuestos por dichos autores. Con el fin de enriquecer el texto se ofrecen ejemplos más contemporáneos, además de los mencionados por los autores, de artistas plásticos y algunas figuras del cine y la música; para concluir con una humorística comparación entre estos gigantes del mal gusto.

Palabras clave: kitsch, camp, consumo, cultura de masas, arte contemporáneo.

ABSTRACT

Kitsch versus Camp is a text that establishes the basic characteristics of each one based on recognized authors on the subject like Sontag, Greenberg and Moles, trying to exemplify with images each one of the concepts proposed by these authors. With the purpose of to have an enriched text, more contemporary examples are offered, besides the mentioned ones by the authors, of plastic artists and some figures of the cinema and music; in order to conclude with a humorous comparison between these giants of the evil pleasure.

Keywords: kitsch, camp, consumption, masses culture, contemporary art.



EL HOMBRE CON SOMBRERO

Temple sobre papel

.29 x .34 M

2012

1.

¿QUÉ ES EL KITSCH?

Kitsch es una palabra alemana surgida en Múnich alrededor de 1860 como una especie de oposición al arte de vanguardia. Mientras que la vanguardia busca, experimenta, expresa y mantiene a la cultura en movimiento, el kitsch se remonta a lo académico pero digamos que se encuentra fuera de tiempo y de lugar. Se vuelve en el tipo de arte pre-masticado para las masas.

El kitsch no exige nada a sus consumidores, salvo dinero; ni siquiera les pide su tiempo (Greenberg, C. 2002, p. 22).

Estaríamos todos de acuerdo con el ejemplo de Greenberg (2002, p. 30) acerca del campesino que preferirá una pintura realista sobre una de vanguardia, —Gombrich explica en *El arte y los artistas* que esto se debe a la necesidad del individuo de identificarse a sí mismo en el arte—. El campesino lo que menos desea es ser tomado por ignorante y por tanto debe consumir algún tipo de arte, uno que le sea fácil de comprender e identificar, no uno que le haga cuestionarse el mundo, él no posee el tiempo para eso; así que, en lugar de consumir algo producido por la verdadera cultura de su tiempo, optará por un *simulacro academicista*.

La aparición del kitsch está íntimamente ligada con el surgimiento de la burguesía o de *los nuevos ricos*, aquellas personas que por algún azar amasaron una fortuna, sin embargo eso no los hace aristócratas, no son nobles, así que debieron buscar una manera de legitimarse ante aquellos por medio de sus mismas prácticas, como el consumo de arte. Moles (1990) explica que tratamos con una especie de camino hacia el conocimiento estético que se quedó a medias.

“Aunque el kitsch es eterno tiene, sin embargo, sus periodos de prosperidad relacionados, entre otras cosas, con una situación social, con el acceso a la abundancia: El mal gusto es entonces la etapa previa al buen gusto y se realiza mediante la imitación de los olímpicos, con un deseo de promoción estética que se detiene a mitad de camino.” (Moles, 1990, p. 10)

Estos burgueses aprenden a leer y escribir como los nobles de antaño, sin embargo jamás se dieron el tiempo para el verdadero arte, explica Greenberg que el consumo artístico está ligado a un tiempo para el ocio y el confort, tiempo al que las clases trabajadoras nunca pudieron acceder. Y se convierten así en una especie de alienados, pues ya no gozan del arte popular ni del arte elevado y surge la necesidad de una especie de arte a medias como el kitsch, accesible para todos y además con un mínimo de verdadero contenido intelectual.

“Se adapta a la medida del hombre, del hombrecito, puesto que es creado por y para el hombre medio” (Moles, 1990 p. 28).

Ahora, ¿Qué tiene que ver el arte genuino con el kitsch? Todo y nada, el kitsch aun se relaciona con el arte en el sentido en que lo original se relaciona con la copia, no habría una sin la otra; es una negación a lo auténtico, es mil copias de la Gioconda hechas con una técnica pobre y engalanadas con diamantina. Y no se trata sólo de la producción en masa sino de un vacío de pasión por los objetos producidos. El que produce kitsch no lo hace por placer estético sino por dinero. El kitsch es como el lado oscuro del progreso de la clase media.

“La aparición del kitsch está íntimamente ligada con el surgimiento de la burguesía o de los nuevos ricos, aquellas personas que por algún azar masaron una fortuna, sin embargo eso no los hace aristócratas, no son nobles”

¿QUÉ ES EL CAMP?

2.

El camp es una sensibilidad, un modo de abordar el mundo de los objetos sin distinción entre lo elevado y lo pobre, un lugar de felicidad en el que todas las cosas valen lo mismo. El arte y los muebles son la misma cosa para aquel que vive de modo camp. El mejor ejemplo de esto es el gran personaje Oscar Wilde quien gustaba de lo vulgar como si fuera el más alto valor humano. El camp no reside tanto en los objetos sino en un modo de vivir y ver las cosas. Gusta de lo inocente y sobre todo nunca es serio.

“Muchos ejemplos de Camp los constituyen cosas que desde un punto de vista serio, son mal arte o kitsch” (*Sontag, 2007, p. 355*).

En comparación con el kitsch, que se toma así mismo como algo serio y auténtico aun tratándose de un engaño, el camp lo único que desea es complacernos, nunca engañarnos.

“La esencia de lo camp es el amor a lo no natural: al artificio y la exageración” (*Sontag, 2007, p. 351*).

Con la llegada de Wilde como el personaje, y con las ideas filosóficas de que el mundo debería de apreciarse como un fenómeno estético en su totalidad, tenemos frente a nosotros el nacimiento del camp. La cultura es artificial en cuanto es contraria a la naturaleza, por tanto el camp, a

mi ver, es una especie de amor por la cultura misma y sin distinción entre lo educado y lo vulgar. Lo gracioso de esto es notar como la gente que gusta del camp es gente de lo más educada, contrario al kitsch que se queda a medias, el camp es para gente elevada que vuelve sus pasos hacia lo vulgar pero con aquel conocimiento que le permita disfrutarlo como fruto de la cultura.

En el camp es más importante la forma que el contenido, sin embargo esto no significa que carezca de él, solo que vuelve más importante la estilización que la idea. Y mide la belleza según el grado de artificio y exageración. El camp es teatral. Entonces, se trata de vivir la vida como si de una gran obra se tratara, por eso el camp es elevado, hay que conocer el teatro para llevarlo al mundo real, la persona se vuelve personaje y entre más extraño, más valioso.

“Lo camp es una concepción del mundo en términos de estilo; pero de un tipo particular de estilo. Es el amor a lo exagerado, lo off, el ser impropio de las cosas”. (*Sontag, 2007, p. 355*)

Por esta razón el gusto camp abarca lo andrógino, lo homosexual, lo exagerado y hasta lo carente de talento, porque no se toma nada en serio y valora únicamente la pasión que se invierte en lo que se hace, sean objetos o representaciones.

“Con la llegada de Wilde como el personaje, y con las ideas filosóficas de que el mundo debería de apreciarse como un fenómeno estético en su totalidad, tenemos frente a nosotros el nacimiento del camp”

3.

EL KITSCH Y LA SUPUESTA OPULENCIA

Cuando la burguesía impone sus reglas a la producción artística tratamos directamente con el kitsch. Como explicamos anteriormente el kitsch tiene que ver con la abundancia o, por lo menos, con dar la idea de ésta, pensemos por ejemplo en el consumo de los bodegones de Willem Kalf pero aplicados a nuestros tiempos, tiene que ver con el mostrar lo que se posee, por lo tanto también es importante el consumo. *El fenómeno kitsch se basa en una cultura consumidora que produce para consumir y crea para producir, en un ciclo cultural cuya idea fundamental es la de aceleración.* (Moles, A., 1990, p. 22)

Esta aceleración del consumo produce un desfile de objetos por nuestras vidas, objetos que no son más que un

testimonio de lo que se posee, este pseudo-arte que nos valida ante las clases dirigentes como gente conocedora, y estos objetos se convierten más bien en productos que, además de posición, nos dan felicidad pues les comprendemos de manera inmediata sacrificando la belleza por la inmediatez.

Decía Greenberg, que mientras Picasso era causa el kitsch es efecto (Greenberg, 2002, p. 27) refiriéndose a este inmediato entendimiento entre el objeto y el sujeto sin esfuerzo alguno; validándose así el sujeto como conocedor y poseedor de arte, aunque en el fondo no se trate más que de objetos meramente decorativos, sin ninguna intención artística y de mal gusto.

4.

EL CAMP Y LA SOBRE EDUCACIÓN

Aquel que gusta del camp es por fuerza una persona con alta educación, si así no fuera lo camp le parecería tal vez ridículo o de mal gusto, disfrutar del camp nos exige cierto nivel de conocimiento para distinguirlo del kitsch, nos pide ser los nuevos dandys, que disfrutaran de lo vulgar y lo ridículo con cierto entusiasmo.

Volviendo sobre Wilde, vemos la importancia de la buena educación para entender la duplicidad del camp y su relación con el alto arte, por ejemplo en una de sus más conocidas frases nos invita a ser o usar una obra de arte, de que otro modo podríamos distinguir el verdadero arte –para serlo o usarlo– de lo kitsch si no fuera por la educación.

¿De qué otro modo podríamos consagrarnos al buen gusto sin esa sobre-educación?

El gusto camp es, por su misma naturaleza, posible únicamente en sociedades opulentas (Sontag, S., 2007, p. 369).

Y nótese, en sociedades opulentas y no en aquellas que solo pretenden serlo, posee un cinismo delicado, supera la indignación para convertirla en deleite. No entra en preocupaciones de autenticidad, unicidad o valor moral, sencillamente disfruta de los fenómenos y objetos que se le presentan, sin embargo no se deja engañar por lo kitsch. Esto es un verdadero conocedor con un gusto por lo ingenuo.

LA VULGARIDAD EN EL KITSCH Y EL CAMP

5.

Si bien ambos están relacionados con lo vulgar lo hacen de distinta forma, el primero desea ser refinado y cae en lo vulgar y el segundo gusta de lo vulgar de un modo refinado, como se explicó anteriormente en el kitsch la falta de contenido y la negación de lo auténtico lo hace caer en el consumo de objetos vulgares, sacrifica la *belleza trascendental* del arte genuino por la inmediatez de una felicidad vacía y transitoria que le ofrecen los objetos de consumo masivo. Bastante vulgar.

Mientras que el camp goza estéticamente de lo vulgar como producto de la naturaleza humana, cosa amada por el camp, su gusto por los artificios lo llevan a lugares vulgares y bajos, pero su gusto mismo le advierte que lo que ve es *bueno por ser horrible*. Un buen ejemplo usado por Sontag es el de aquel que en el tugurio más bajo respira hondamente el tufo con gusto.

“Mientras que el camp goza estéticamente de lo vulgar como producto de la naturaleza humana, cosa amada por el camp, su gusto por los artificios lo llevan a lugares vulgares y bajos, pero su gusto mismo le advierte que lo que ve es bueno por ser horrible”

KITSCH Y DECORACIÓN

6.

Hay que decorar: La realidad industrial es axiomáticamente fea y debe cubrirse con los velos de la decencia burguesa (Moles, A., 1990, p. 145).

En cuanto a la decoración kitsch debemos hacer una aclaración, el kitsch en sí mismo no es un estilo, sino más bien varios estilos a la vez, podemos tener algo nuevo y algo viejo en un solo objeto. Con el kitsch nada está de más. Podemos mezclar también las funciones de diversos objetos en uno solo, por esto en el kitsch se incluye al gadget.

Por ejemplo este teléfono en forma de zapatilla, una evidente cruce de tecnología y pseudo-estilo. Bastante impráctico como la mayoría de los gadgets relacionados al kitsch.



Aquí tenemos un ejemplo de la hibridación del estilo rococó y el pop art, con una finalidad meramente decorativa. Renueva aquello que antes fue auténtico y lo convierte en un híbrido que desea ser consumido.

La verdad es que, transcurrido el tiempo necesario, lo nuevo es robado para nuevas vueltas y servido como kitsch, después de aguarlo. (Greenberg, C., 2002, p. 23)

Como si el rococó en sí mismo no fuera un estilo lo bastante ornamentado, por aquello de nada está de más nos enfrentamos con estas monstruosidades en boga. Estos

muebles se venden en línea a altos costos como lo mejor en decoración, se ofrecen como un híbrido entre una obra de arte y un mueble, se refieren al diseñador de estos muebles como un artista. Aunque está claro que sus intenciones no tienen que ver con el arte sino con la comercialización.

También entrarían aquí aquellos objetos que simulan la naturaleza pero dan fe de su propia artificialidad, por ejemplo el llamado *Jugendstil* o kitsch floral, mientras el camp se aleja de la naturaleza el kitsch trata de imitarla y *mejorarla*, nos ofrece una *naturaleza plástica y azucarada*, un anti-arte de la felicidad.



7.

CAMP Y EL DELEITE

El camp se distingue por ser alegre y teatral muy al estilo de la pintura francesa del rococó; posada, luminosa y alegre como las obras de Fragonard.

La naturalidad es una pose muy difícil de mantener (Oscar Wilde). La pintura de Fragonard se distingue por sus temáticas románticas y su forma teatral de representar al amor. Recordemos las fiestas del cortejo y como estaban llenas de artificialidad y galanura, la moda misma del rococó es extravagante y alegre y un gran ejemplo de lo camp, pensemos en aquellas pelucas blancas llenas de bucles como signo de status social, el maquillaje exagerado y los lunares

de corazón, el enaltecimiento del personaje sobre el ser. El *Columpio*, es tal vez la pintura más artificial de la obra de Fragonard, nos presenta una joven con un vestido de satén rosa en un columpio, su zapatilla sale volando de su pie y en un afán por atraparlo extiende su pierna, mientras en el plano inferior vemos a su amante recibiendo una vista privilegiada de este pequeño accidente, es una pintura trivial, hasta frívola, si gusta, ingenua y alegre. Cargada de expresiones exageradas, teatrales, como lo indica el buen camp.

Sin embargo este no es un cuadro que nos ofenda, nos deleita su ingenuidad.

“Los reyes de la teatralidad en nuestra época son los homosexuales, no porque sean una ley en buen gusto sino, por su teatralidad y duplicidad, lo andrógino y artificial, por lo tanto debemos explorar imágenes de la cultura Drag”



[1]

Los reyes de la teatralidad en nuestra época son los homosexuales, no porque sean una ley en buen gusto sino, por su teatralidad y duplicidad, lo andrógino y artificial, por lo tanto debemos explorar imágenes de la cultura Drag. De entre los ejemplos que pueden asaltarnos en la red en la búsqueda del camp, podemos encontrar el ejemplo de la película *Pink Flamingos* del director John Waters, sin embargo aquel que haya visto esta película se dará cuenta de la ausencia de este deleite del camp que encontramos en la pintura rococó, tal vez es lo que Sontag menciona como camp consciente, que se vuelve poco satisfactorio. O quizá por el gusto por la vulgaridad y lo desagradable.

Sin embargo me parece más apropiado en cuanto teatralidad y deleite un espectáculo de la misma Divine –Drag Queen protagonista de *Pink Flamingos*– pero como cantante.

-Divine en Pink Flamingos. El connaisseur de lo camp huele un tufo pestilente y se enorgullece de la fortaleza de sus nervios (Sontag, S., 2007, p. 368).

-Divine en su espectáculo musical. Los homosexuales han apuntalado su integración en la sociedad en la promoción del sentido estético. Lo camp es un disolvente de la moralidad. Neutraliza la indignación moral, fomenta el sentido lúdico (Sontag, S., 2007, p. 370).



[2]



[3]

[1] Fragonard, Jean-Honore. (1767) "El columpio (L'escarpolette)" Óleo sobre lienzo - Rococó 81 cm x 65 cm

[2] Waters, John. (1972). "Pink Flamingos", Estados Unidos

[3] Tomada de: <http://www.gentedigital.es/blogs/baldosas/21/blog-post/8263/actrices-cantantes/>

8.

KITSCH Y RELIGIÓN

Donde más podemos encontrar objetos kitsch es en objetos religiosos que se han convertido en algo más que objetos de veneración, son además útiles y de moda. En palabras de Moles:

Transposiciones simultaneas o aisladas de un sentimiento religioso a un objeto destinado a un fin profano (Moles, A., 1990, p. 47).

Vemos una serie de lámparas con la cara de Jesús, de vírgenes; en verdad, vivimos en una época donde las imágenes religiosas nos persiguen hasta en el cereal. Por ejemplo aquellas imágenes luminosas de Jesús, ¿será acaso una manera más sencilla de sentirse iluminado o solo un vulgar gadget religioso?

Veámoslo como un sentido de comercialización de la religión más popular del mundo. Sin importar lo ridículo que pueda resultar la combinación, lo importante es su potencial comercial y su inmediatez, ¿Quién no comprende la imagen de Jesucristo?, y es probable que la gente que lo consuma no sólo obtenga a cambio placer sino que ha de pensar que está obteniendo alguna especie de verdad trascendental.

Vemos en esta última imagen una extraña hibridación entre decoración-grafiti-religión, si nos lo preguntamos nos daremos cuenta de que esto ni sirve como decoración, ni como lugar de adoración, es llanamente un fracaso.



9.

EL CAMP EN EL CINE Y EL ARTE CONTEMPORÁNEO

Susan Sontag en su ensayo menciona muchos ejemplos de lo camp, pero pensando en que este ensayo se publico ya hace tiempo, veamos unos ejemplos más recientes de lo camp en el cine y el arte.

En los últimos años algunos artistas han desarrollado un gusto por el mal gusto, antes se pensaba que era un gusto kitsch, pero más acertadamente tratamos con artistas camp. No tratan de engañarnos, sino más bien de entrenar-



nos en el buen gusto del mal gusto. Como primer ejemplo tenemos a Miki Guadamur, un artista plástico, ilustrador y que realiza performance a modo de cantante pobre.

Realiza mixes con canciones de diversos artistas como un pastiche y escribe letras de crítica social pero de un cinismo alegre. Pertenece a una casa discográfica acertadamente llamada *Los nuevos ricos*, que cuentan en su haber con algunos músicos como María Daniela y su sonido laser, Silverio y Jessy Bulbo. Todos hablan de las mismas frivolidades sin embargo Miki es el único que es artista plástico y el que más interés a mi investigación.

Miki se presenta con sus pastiches de música, acompañado por una especie de video arte rebajado, proyecciones de pac man y otros gráficos a dos dimensiones y de baja resolución para que se aprecien los pixeles. Viste ropa de mercado y se adorna con unas orejas de Mickey Mouse o algún otro objeto infantil. Aquí vemos a Miki en una presentación. Con su ropa de mercado que simula ser de otra época en combinación con unos tenis ochenteros.^[4]

Otro ejemplo que vale la pena mencionar es el grupo *Chambelán*. Los integrantes de este grupo se inventaron a sí mismos como unos personajes de La Joya Texas y Guadalupe Nuevo León, Los nombres de estos personajes son: los hermanos Luis Wallter y Albert Mendoza y Randy Salazar JR. De entre sus influencias encontramos la música popular de Rigo Tovar, Tropical Panamá, entre otros, pero mezclados con los nuevos media: la proyección y la música generada por un programador. El personaje de Luis Wallter Mendoza, es representado por Daniel Lara un artista plástico egresado de la Facultad de Artes Visuales, que entre sus haberes cuenta con una mención honorífica de la V Bial

FEMSA de Monterrey, N. L. y algunos premios del FONCA para jóvenes creadores; siempre había mostrado un gran interés por la creación de música a través de las máquinas y por lo kitsch, pero en este proyecto del grupo Chambelán se complementa con una teatralidad, lo ubico en el camp por la invención hombre-personaje, vida-representación. El uso de pelucas y vestuarios pseudo-futuristas de aluminio y la influencia de las películas futuristas mexicanas.

Un ejemplo del camp en el cine sería la película *Repo! The Genetic Opera*. Una película de terror fantástico dirigida como una ópera rock-goth, con una impresionante exageración de los personajes y un diseño de vestuario gótico-futurista e interpretaciones tan exageradas que el drama se vuelve divertido. Toda la película es cantada, no hay un solo diálogo, lo que dificulta tomarse esta película en serio, en una de las escenas finales, la muerte de Repo Man, vemos una armoniosa muerte, un dueto de disculpas entre un padre y su hija mientras se cubren de la sangre del agonizante. Los personajes son como tomados de los tabloides de espectáculos y llevados al siguiente nivel de exageración, Pavi Largo un heredero adicto al trasplante de rostro, se hace instalar una especie de broches para poder cambiar de cara a la hora que lo desee, Sarah Brightman representa a una cantante de ópera ciega, Blind Mag, quien se realiza un trasplante de ojos, pero se trata de unos ojos robóticos que proyectan imágenes.^[5]

La ópera está en sí misma cargada de teatralidad, en una ópera rock-goth debía superarla en exageración. Esta imagen es de la escena del último espectáculo de Blind Mag, Chromaggia. Otro de los personajes memorables de esta película es el de Amber Sweet, interpretado por Paris Hilton, en este personaje vemos a la actriz casi representarse a sí

[4] Ilustración de Miki Guadamur.

[5] Referirse: Smith, Darren y Terrance Zdunich. (2008) *Repo! The Genetic Opera*. Chase the Morning

misma, con la única diferencia del vestuario gótico, se trata de una heredera adicta al bisturí, que desea ser cantante y quedarse con el lugar de Blind Mag, pensando que ella puede ser mejor con su pobre voz de chihuahua. En la escena *Happiness is not a warm scalpel* en la que tiene una discusión con su padre, Rotti Largo, debido a una cirugía fallida que sólo costó 90 mil dólares, la vemos *actuar* como una niña chiflada que debe obtener todo lo que desea a costa de la fortuna de su padre. Un berrinche musicalizado.

Camp es la glorificación del personaje...La incompetencia de la Garbo (al menos su falta de profundidad) magnífica su belleza. Es siempre ella misma (Sontag, 2007, p. 364).



[6]

10.

EL CAMP EN EL CINE Y EL ARTE CONTEMPORÁNEO

Tratemos entonces de hacer una tabla comparativa entre kitsch y camp para poder quedar más en claro y distinguir.

KITSCH	CAMP
Es una propiedad del objeto	Es una propiedad del sujeto
Negación de lo auténtico	No hace distinción entre auténtico y réplica
Simula la seriedad de lo genuino	Nunca es serio, es casi lúdico
Trata de elevar el status social	Disfruta de lo bajo y vulgar
Emula la alta cultura	Ama todo en la cultura
Maquinal y vacío	Disfruta del amor que se pone en la manufactura de los objetos
Simula opulencia	Gusto de la clase opulenta

CONCLUSIONES

Me parece que lo más acertado es notar que el camp es un modo de aproximarse a los objetos, y el kitsch es un modo de acercarnos a la opulencia y fracasar. El kitsch es para aquellos pobres que quieren ser ricos y el camp para aquellos ricos que sufren de aburrimiento y acuden a lo pobre. El camp pareciera ser un modo más puro y más de acuerdo a nuestros tiempos que el kitsch, aunque como el mismo Moles dice, el kitsch es eterno, siempre habrá alguien que nos quiera dar gato por liebre, que quiera engañarnos, pero

me parece que el camp se acerca más a nuestros días, pues cada vez somos más personajes que personas. Solo con ver la cantidad de tribus urbanas, Drags, punks, goths y la cantidad de películas *malas que son buenas* nos daremos cuenta de esto. Hemos llegado a un momento en el que sólo la estética puede salvarnos del mundo en que vivimos. Si los valores morales ya se han extinguido o transmutado como predijo Nietzsche, si no hay moral, sólo nos queda vivir con estilo.

[6] Referirse: Smith, Darren y Terrance Zdunich (2008) Repo! The Genetic Opera. Chase the Morning. <http://marymorganwriter.wordpress.com/2012/02/20/a-new-kind-of-opera/>.

BIBLIOGRAFÍA

Brightman, S. Chase the Morning de REPO! The Genetic Opera.

<http://www.youtube.com/watch?v=6ZcxUaPpZPM&feature=related>

Brightman, S. Chromaggia de REPO! The Genetic Opera. <http://www.youtube.com/watch?v=Z9eHOKXDdgg>

Greenberg, C. (2002). Vanguardia y Kitsch en Arte y cultura. Editorial: Paidós.

Grupo Chambelán, La cumbia del Ovni. <http://www.youtube.com/watch?v=f7bl0Q6tGq4>

Guadamur, M. Soy Pobre. <http://www.youtube.com/watch?v=YfXfqd6AOo0&feature=related>

Lara, D. <http://daniel-lara.com/>

Los nuevos ricos: <http://www.youtube.com/watch?v=SfTP8Qzb1JM&feature=related>

Moles, A. (1990). El Kitsch. El arte de la felicidad. Editorial: Paidós Studio.

Paris Hilton/ Paul Sorvino, Happiness is not a warm scalpel de REPO! The Genetic Opera.

<http://www.youtube.com/watch?v=esvPU7k6pzY>

REPO! The Genetic Opera online: <http://peliculasid.net/peliculas/repo-the-genetic-opera.html>

Smith, D. y Terrance Z. (2008) Repo! The Genetic Opera. Chase the Morning, (canción). USA. Cinespace Film Studios, Toronto, Ontario, Canada.

Sontag, S. (2007). Contra la interpretación y otros ensayos. Editorial: De Bolsillo.



MARIBEL GARCÍA RODRÍGUEZ

Es licenciada en Artes Visuales con Acentuación en Artes Plásticas por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Actualmente está por concluir la Maestría en Artes, desarrollando una investigación en la línea de Estudios Visuales bajo el tema del juguete como artefacto artístico. Profesionalmente se ha desempeñado como docente en la Facultad de Artes Visuales y en proyectos culturales del municipio de San Pedro. Además ha impartido diversos talleres de creación plástica, y ha incursionado en el ámbito del cómic y de la ilustración. Como artista visual, ha participado en diferentes exposiciones colectivas en galerías regionales.

Recibido: Enero 2012
Aceptado: Abril 2012
