



UNIVERSIDAD PEDAGOGICA  
NACIONAL

FACULTAD DE BELLAS ARTES  
LICENCIATURA EN ARTES VISUALES

ACTA DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

Los profesores abajo firmantes, constituidos como Jurado Calificador para presenciar y evaluar la sustentación del Trabajo de Grado titulado:

Rock and Roll suicide: estudio del arte de cultura de masas en  
cuatro artistas emergentes en Colombia -

Presentado por el (la, los, las) estudiantes (s):

Nombre	Cédula	Código
<u>Manuel Fernando Toran</u>	<u>1023879049</u>	<u>2013172034</u>

Consideramos que dicho trabajo cumple con los requisitos y condiciones necesarios para su aprobación por las siguientes razones:

- Se vale de procesos artísticos y no hegemónicos para problematizar desde la Educación Artística Visual
- Abre caminos a la crítica cultural como metodología aplicable a trabajos de grado de la Lav.
- Es un trabajo de grado que da cuenta de la coherencia de los intereses del estudiante y cómo los compleja en su proceso formativo.

	NOMBRE	FIRMA	NOTA <sup>1</sup>
Jurado 1- lector	<u>Santiago Valderrama</u>		<u>48</u>
Jurado 2 -lector			
Jurado 3 -asesor	<u>Diego Romero</u>		<u>48</u>
Jurado 4 - asesor			

CALIFICACIÓN FINAL (Promedio aritmético): 48

DISTINCIONES \_\_\_\_\_

Fecha: 13/Mayo/2020

<sup>1</sup> Para la emisión de la nota de sustentación, es indispensable que los jurados se encuentren presentes.



ROCK AND ROLL SUICIDE:  
Estudio del arte de cultura de masas en cuatro artistas  
emergentes en Colombia

Dedicado a David Bowie

MANUEL FERNANDO TOVAR

FACULTAD DE BELLAS ARTES  
LICENCIATURA EN ARTES VISUALES

2019



UNIVERSIDAD PEDAGOGICA  
NACIONAL

*Educadora de educadores*

ROCK AND ROLL SUICIDE:  
Estudio del arte de cultura de masas en cuatro artistas  
emergentes en Colombia

Dedicado a David Bowie

MANUEL FERNANDO TOVAR


TUTOR: Diego Romero Bonilla

FACULTAD DE BELLAS ARTES

LICENCIATURA EN ARTES VISUALES

2019




 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>Realización de la Educación Superior</small>	<b>FORMATO</b>	
	<b>RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE</b>	
<b>Código: FOR020GIB</b>	<b>Versión: 01</b>	
<b>Fecha de Aprobación: 10-10-2012</b>	<b>Página 1 de 4</b>	

<b>1. Información General</b>	
<b>Tipo de documento</b>	Trabajo proyecto de grado
<b>Acceso al documento</b>	Universidad Pedagógica Nacional. Biblioteca Central
<b>Título del documento</b>	Rock and Roll Suicide. Estudio del arte de cultura de masas en cuatro artistas emergentes en Colombia.
<b>Autor(es)</b>	Tovar Manuel Fernando
<b>Director</b>	Diego Romero Bonilla
<b>Publicación</b>	Bogotá. Universidad Pedagógica Nacional, .2019. 92 p.
<b>Unidad Patrocinante</b>	Universidad Pedagógica Nacional.
<b>Palabras Claves</b>	ARTE DE MASAS; KITSCH; POP; CAMP; CONSUMO; CULTURA VISUAL; EDUCACIÓN EN ARTES; CRITICA CULTURAL.

<b>2. Descripción</b>
<p>Esta investigación busca reconocer algunas características sensibles del arte de cultura de masas (Kitsch, Camp y Pop Art, Lowbrow) en cuatro artistas colombianos y cómo sus obras y experiencias pueden utilizarse dentro del campo de la educación en artes, la crítica cultural y la cultura visual. A partir de la realización de entrevistas a estos artistas, se busca entender la manera en que construyen su obra, así como la forma teórica, conceptual y política sobre el modo en que conciben su trabajo en relación a un arte que tiende a estar problematizado desde diferentes autores como un “arte de consumo” o de “poca cultura”. Autores como Umberto Eco han puesto en evidencia la necesidad de comprender algunas estéticas que tienden a estar por fuera de un “arte culto” y como esa comprensión genera personas a favor y otros en contra de estas estéticas. También relata en sus textos sobre los Mass Media como son los reproductores de consumo visual, sonoro y táctil que generan la Cultura Pop y que pedagogos críticos como Henry Giroux ve necesario que se discuta sobre ello en las aulas de clases.</p> <p>También autoras como Susan Sontag y Katya Mandoki hacen sus respectivas investigaciones para comprender los fenómenos sensibles, artísticos y estéticos que construyen “autónomamente” las personas, las comunidades y que lo ponen en un plano cultural para ser revisado tanto como por académicos como por los espectadores. La existencia de estas estéticas, sensibilidades pueden tener tanto valor como un arte elevado según las autoras y que, incluso, definen a los seres humanos, la esencia de la que están constituidas las poblaciones.</p>

<b>3. Fuentes</b>
<p>Aguirre I, (2006). <i>Modelos formativos en educación artística: imaginando nuevas presencias para las artes en la educación</i>, Universidad Pública de Navarra, 1996 6 - 10</p> <p>Arbelaez, A. (2012) <i>Imagen femenina, objeto del arte y de la sociedad de consumo</i>. Universidad Javeriana, Bogotá.</p> <p>Bourdieu, P (2010) <i>El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura</i>. Siglo veintiuno editores, Mexico.</p> <p>Calinescu, M. (1987) <i>Cinco caras de la modernidad</i>. Tecnos Madrid España</p> <p>Canclini, N. (1995). <i>Consumidores y ciudadanos</i>. Edición: Grijalbo. Ciudad de Mexico.</p> <p>Ceruelo Ruiz, C., y Gutiérrez Arranz, A. Mª. (2003). <i>Eficacia de la Publicidad Emocional. Un Estudio Comparativo entre la Ejecución de Tipo Emocional e Informativa. Nuevas Tendencias en Dirección de Empresas</i>. Universidad de Salamanca, Salamanca.</p> <p>Cleto, F. (1999) <i>Queer Aesthetics and the Performing Subject: a Reader</i>. penguin random house, New York</p> <p>Coppola, G. (2008).. La observación estructurada de medios, un instrumento que permite el acercamiento a las tendencias de moda y grupos de consumo. <i>Novum</i> n 30</p> <p>Fibla, S, (2014). <i>Ya no estás más a mi lado, corazón: estética Camp en América Latina</i> Departamento de filología</p>

 UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL <small>REALIDAD Y TRANSFORMACIÓN</small>	<b>FORMATO</b>
	<b>RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE</b>
<b>Código: FOR020GIB</b>	<b>Versión: 01</b>
<b>Fecha de Aprobación: 10-10-2012</b>	<b>Página 2 de 4</b>

española, Madrid.

Hernández, F (1996). *Educación y cultura visual*, Barcelona. Editorial Octaedro.

Gilles L. (2007) *La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo*. Barcelona. Editorial Anagrama.

Morales, L, (2013). *Artvertising el arte de pautar en el arte*. Universidad javeriana, Bogotá

Mojito, M. (2016) *Manu mojito la diva del arte*. Universidad javeriana, Bogotá

Mandoki, K. (2006) *Estética cotidiana y los juegos de la cultura*. Mexico, Editorial siglo XXI.

Praxis visual (2018) *La praxis visual como campo de investigación*. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá. Perez, M. (2008) *El gusto estético. La educación del (buen) gusto*. [Paperback - Ediciones Sm.](#)

Cuadros, R. et al. (2018) *La praxis visual como campo de investigación*. Universidad Pedagógica, Bogotá

Sontag, S, (1977). *Contra la interpretación y otros ensayos*, Debolsillo. New York.

Mejia, S, (2009). *La educación artística como comprensión crítica de la cultura visual en Fernando Hernández*.

Ramon, R, (2014). *Arte y movimiento. El kitsch como narrativa identitaria*. Universidad de Jaen, Andalucía

Usó, C. (2006) *Andy Warhol, el hada madrina del pop* Universitat Jaume I

Vaskes, I. (2012) *Los conceptos de la estética posmoderna*. Universidad del Valle, Cali.

#### 4. Contenidos

Esta Publicación está dirigida a todo público interesado en áreas de las artes visuales. Aquí encontrara como surgió una investigación sobre un análisis de la cultura de masas problematizando su situación actual frente a la educación. Encontrará un objetivo general junto sus objetivos específicos que permitieron ir desarrollando junto con la pregunta un contenido clasificado en la sensibilidad, la sensibilidad entendida en autoras como Katya Mandoky y Susan Sontag , así como un marco teórico en donde se describe los problemas a resolver en un conflicto de ideales, costumbres y percepciones frente al consumo de imágenes, la sensibilidad de lo popular.

También se aborda la crítica cultural como método de investigación que se puede evidenciar en el marco metodológico. Finalmente el lector puede evidenciar los resultados y un apartado curatorial que tiene un análisis educativo que permite evidenciar un proceso pedagógico como forma de resultado de estudio de una obra de arte. La bibliografía está abierta para que los lectores puedan apoyarse para aclarar dudas y nutrir su búsqueda investigativa.

#### 5. Metodología

Para llevar a cabo la investigación, se utilizará un enfoque metodológico, basado en la crítica cultural, investigación que intentan dirigirse por una línea que trae consigo una dimensión auto reflexiva y una dimensión contextual. Como Saukko (2011) afirma: “tres valideces o programas metodológicos en los estudios culturales y critica cultural en un marco integrado” (p, 316) los cuales son una propuesta que abordan un marco metodológico, integrador y en él hay diferentes compromisos y paradigmas de metodología y filosóficos. Con esto se busca construir un marco, que trabaje desde los critica cultural, la pedagogía en artes y la cultura visual enfocándolos en una práctica reflexiva social en la que interactúan la teoría y la práctica con miras a establecer cambios apropiados en la situación estudiada, y generar un puente entre la pedagogía crítica. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo hermenéutico y la metodología es la Crítica cultural que apoya en parámetros en este caso Susan Sontag y otros autores como referentes que analizan la cultura.



## 6. Conclusiones

1) La cultura de masas produce imágenes que van dirigidas con una intención de marketing, que pueden usarse de distintas maneras en donde el espectador puede verse influenciado para tomar decisiones frente a ellas. Con la educación respectiva las personas pueden enfrentarse ante la hegemonía y el poder que estas tienen sobre los individuos. Desde las artes visuales los espectadores interactúan desde otros modos con la información que produce los *Mass Media*. La entrevista que se realizó a Laura Ruiz es evidencia como se puede utilizar desde el humor, desde una manera política otra manera para descontextualizar los programas de televisión, de esta manera se puede transmitir una nueva información que ubica nuevos mensajes para los espectadores, en este caso la cultura visual se ve inmersa en nuevas maneras de representar las “narrativas visuales” que pretende mostrar los programas televisivos. Se pueden ubicar los mismos personajes de las series o películas y ponerlos en situaciones diversas y creativas que den múltiples posibilidades. En ese sentido, Vaskes (2012) afirma que: “es incuestionable del *Kitsch* es su carácter popular y anti elitista; es lo que la gente entiende y quiere, es lo que le gusta. Las masas prefieren *Kitsch* porque ofrece las identificaciones inmediatamente evidentes y que no exige esfuerzo alguno por parte del espectador (p, 40). Es el caso de lo atractivo que tienen los programas televisivos y que Laura Ruiz nos enseña a trabajar desde otra parte y que los espectadores debemos intentar trabajar, construir nuevos procesos plásticos.

2) Cada artista entrevistado permitió desde su pieza creativa, desde sus opiniones, desde su perspectiva y conocimiento dar una idea nueva frente a el arte de masas, que en la actualidad y a la luz de diversas opiniones frente a el carácter consumo genera en la sociedad; estos artistas buscan cambiar desde su emoción, sensibilidad, creatividad y talento la manera en que esta vista la realidad y ofrecer una nueva perspectiva. Mandoki (2006) indica que según Dewey opinaba que lo bello no es una cualidad de los objetos en sí mismos, sino un efecto de la relación que el sujeto establece con el objeto desde su contexto social de valorización o interpretación personal (p, 12) Lo que hace necesario que desde la educación en artes se implemente un currículum creativo que aborde el arte contemporáneo teniendo en cuenta el arte de masas y la sensibilidad popular como parte de la educación y las artes esto permite vencer paradigmas que se pueden contrastar con la propuesta visual de los artistas entrevistados complejiza mucho más allá alguna postura filosófica o académica, pues ellos tienen una manera de relacionarse con su tiempo histórico y las condiciones que le habitan sin sentirse relegados o alienados y crean a partir de eso que se desea negar de la realidad actual. Giroux (1997) afirma: es necesario que la cultura popular se convierta en un objeto serio de estudio en el currículo oficial, como un objeto de estudio dentro de las disciplinas académicas específicas como los estudios de los medios de comunicación. (p, 213). En ese orden de ideas puede ver que la educación debe romper con los sesgos y generar experiencias artísticas para poder potenciar narraciones creativas, plásticas y críticas.

3) Desde la crítica cultural y la cultura visual se puede trabajar en conjunto para poder dar nuevas interpretaciones sobre la cultura, los medios y las personas que están sometidos a los procesos y sus efectos, hablamos de la publicidad, los programas de televisión, el cine y otros medios visuales. Los autores aquí tratados tuvieron en su momento preguntas sobre lo económico, lo estético, lo educativo para poder ir configurando lo que ellos veían como esa diferencia entre un arte elevado y un mal arte, un arte inferior que se caracteriza por tener un bajo valor conceptual y estético que no genera procesos intelectuales a los espectadores.

En el año 2020 este debate sigue vigente tiene fuerzas de intelecto que busca vencer paradigmas y que en contraste con la propuesta visual de los artistas entrevistados complejiza mucho más allá alguna postura filosófica o académica, pues ellos tienen una manera de relacionarse con su tiempo histórico y las condiciones que le habitan sin sentirse relegados o alienados y crean a partir de eso que se desea negar de la realidad actual. Mandoki (2006) habla sobre la prosaica y cuestiona lo bello indicando: lo bello es una de las tantas categorías en la producción de efectos sensibles, tantos como adjetivos existentes y el arte es solo una de sus manifestaciones, aunque sea la más espectacular (p, 10) Cada uno de estos artistas fluye e intentan permearse dentro de unas categorías de las artes, no necesariamente se autonombran *Kitsch*, *Pop*, *Camp* sino que se han permitido navegar dentro de estas estéticas, estilos o movimientos.



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA  
NACIONAL

Realidad Social

## FORMATO

### RESUMEN ANALÍTICO EN EDUCACIÓN - RAE

Código: FOR020GIB

Versión: 01

Fecha de Aprobación: 10-10-2012

Página 4 de 4

--

Elaborado por:	Manuel Fernando Tovar
Revisado por:	Diego Germán Romero Bonilla

Fecha de elaboración del Resumen:	22	11	2019
-----------------------------------	----	----	------



*Otro enorme cariño a Susan Sontag*

Nota de Susan Sontag (2003) la literatura es la libertad, discurso que pronunció Susan Sontag al recibir el premio de la paz de los libreros alemanes: *"Lo viejo" y "lo nuevo" son los polos perennes de todo sentimiento y sentido de la orientación en el mundo. No podemos prescindir de lo viejo, ya que hemos invertido en ello nuestro pasado, nuestra sabiduría, nuestros recuerdos, nuestra tristeza, nuestro sentido de la realidad. No podemos prescindir de la fe en lo nuevo, ya que en lo nuevo hemos invertido toda nuestra energía, nuestra capacidad de ser optimistas, nuestros ciegos anhelos biológicos, nuestra habilidad para olvidar: la sana habilidad que hace posible la reconciliación. La vida interior tiende a desconfiar de lo nuevo. Una vida interior fuertemente desarrollada se resistirá especialmente a lo nuevo. Se nos ha dicho que debemos elegir entre lo viejo o lo nuevo. En realidad, debemos elegir ambos. ¿Qué es la vida sino el resultado de una serie de negociaciones entre lo viejo y lo nuevo? Creo que debemos evitar siempre estas oposiciones tan rígidas.*

*Lo viejo versus lo nuevo, naturaleza versus cultura: quizá sea inevitable que los grandes mitos de nuestra vida cultural sean representados no solamente dentro de un marco histórico sino también geográfico. Sin embargo, no son más que mitos, frases gastadas, estereotipos; la realidad es mucho más compleja. (p. 7)*

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	
1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1 objetivo general.	10
1.2 objetivos específicos	10
2. JUSTIFICACIÓN	12
2.1 sobre la sensibilidad	15
2.2 sobre la sensibilidad de lo cotidiano, entre Sontag y Mandoki	21
3. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN	25
4. MARCO TEÓRICO	29
4.1 arte y sociedad de consumo	29
4.2 cultura visual y arte de masas	37
4.3 lenguajes estéticos y capitalismo	41
4.4 educación en artes y arte de masas	
5. DISEÑO METODOLÓGICO	50
5.1 tipo de investigación	50
5.2 diseño de investigación	51
5.3 población de muestra	51
5.4 métodos de observación:	52
5.5 técnicas e instrumentos de recolección de datos	53
5.6. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	54
5.7 aspectos administrativos	54
5.8. Recursos necesarios	55
6. CAPITULO INTERPRETATIVO	56
6.1 arte de cultura de masas	57
6.2 cultura visual	68
6.3 educación en artes	74
7. RESULTADOS Y CONCLUSIONES FINALES	78 --- 85
BIBLIOGRAFIA	91

## INTRODUCCION

### COMIENZO DE LA INVESTIVACION

En el presente trabajo de grado se estudia la obra de cuatro artistas colombianos que desde sus prácticas artísticas han desarrollado un conjunto de valores “estéticos” que se pueden relacionar con lo que comúnmente se le llama el arte cultura de masas. Esta investigación aborda la “hibridación” que supone una organización de factores diversos que en la obra de estos artistas, van desde lo personal, lo creativo, lo político, lo social y lo estético. Teniendo en cuenta los múltiples factores que están dados dentro de las relaciones que hay entre el arte de masas, sus creadores, sus patrocinadores económicos e ideológicos que construyen en la actualidad un arte “representativo” del capitalismo y que para algunos críticos entra a pensarse el gusto de una alta cultura y una baja cultura. El desarrollo correcto del gusto estético de los individuos, entre la alta cultura y que supone tiene que estar más allá de los valores del mercado, y que es necesario revisar entre las preguntas del educador, si es un corrector morar o simplemente tiene que apostar a que los estudiantes realicen las preguntas necesarias para construir su propia visión de gusto artístico.

En este caso, esta trabajo no busca generar una postura a favor o en contra del capitalismo y su arte de cultura de masas, teniendo en cuenta que el análisis de las obras y vida de los artistas parte desde la creación y la sensibilidad y también cree que catalogar en buenos y malos a los sistemas económicos, no sirve entendiendo que detrás de ello hay un conjunto de nociones y teorías económicas que no pueden reducir el mundo en estos dos polos. Y sobre todo un conjunto de obras de cuatro artistas tampoco puede definirlo. El ejercicio que se desarrolló en este trabajo de grado, pretende por medio de una pregunta de investigación ir formando todo una descripción de sucesos que permita ir construyendo desde diferentes ópticas un grupo de posiciones en que tanto el investigador como los entrevistados van generando una serie de elementos conceptuales para resolver o

dar orientaciones para comprender el arte de masas y la postura crítica que desarrolla la educación ante esta situación. La descripción del problema es una antesala para entender las imágenes desde lo publicitario como educador de la subjetividad, pero no hace una relación completa de esta dentro del trabajo pues no es una investigación sobre la publicidad, más bien es poder evidenciar un ejemplo del capitalismo y sus imágenes dentro del entorno de la educación visual. La relación es necesaria, partiendo que el arte de cultura de masas se nutre de todo, su interculturalidad e interdisciplinariedad hay que entenderla por ejemplo como el “agua” que se filtra y que puede llegar a espacios sin distinción alguna. Tanto como el objetivo general, como el específico abarcan aspectos de la crítica cultural, disciplina que en el campo de la educación en artes es fundamental para entender los hechos del mundo y las interpretaciones que se pueden hacer del mismo.

## DESARROLLO DE LA INVESTIGACION

En este punto se pretende revisar las teorías que se encuentran a favor o en contra del arte de cultura de masas para poder evidenciar que aún es un tema que está en constante debate intelectual. Poder visibilizar y problematizar como la cultura del consumo viene gestándose las correlaciones que se dan entre las personas y el sistema capitalista con los *Mass Media*, pero que en esa correspondencia mutua de información es difícil ver quien genera la cultura de masas, las teorías que en algún punto permite ver el desarrollo de este arte, también entran en diversas posturas en las cuales estos cuatro artistas que se han investigado, y que han decidido trabajar entran en un paradigma político, económico polémico dentro de la estética, las artes visuales y el concepto de modernidad, agregando que también cabe la discusión en la educación en artes. Se busca entender como fenómenos que produce el consumo permean en la obra de cuatro artistas colombianos que junto a su producción visual, se intenta comprender cómo influye el consumo y como representan en sus obras, la percepción que tienen frente su obra, la crítica y el proceso histórico que existe en

el arte de cultura de masas. Su opinión sobre como esto se refleja en el arte, la educación y la cultura visual. La investigación se centra en ejes importantes como son la educación en artes, la crítica cultural, y la cultura visual y por medio de entrevistas, como herramienta principal de investigación junto con el análisis teórico y la curaduría como herramienta pedagógica se pone en análisis cuatro artistas colombianos que trabajan en el área de estilos artísticos como *el Pop Art, Kitsch, Camp y Lowbrow (surrealismo pop)*.

## RECTA FINAL O CONCLUSIONES

El análisis de los procesos creativos de estos cuatro artistas colombianos, permite reflexionar sobre cómo ellos entienden, y se sienten influenciados por el arte de cultura de masas, pero también cómo son ellos los que han generado una hibridación con estos estilos, estéticas y sensibilidades en dónde comparten la bidireccionalidad de información, las entrevistas como medio de acercamiento para que los artistas sientan una familiaridad y el estudio previo de sus obra junto con la línea de tiempo histórica que ha dejado el arte de cultura de masas, permite ir formando un conjunto de relaciones que los lectores podrán ir observando en la lectura de este ejercicio investigativo. ¿Son los artistas los que producen un arte de masas? o ¿están influenciados por las imágenes y el contenido de los *Mass Media* que produce la cultura moderna?, entendiendo al capitalismo como el modelo principal de producción. Entender esto desde la cultura visual, y la pedagogía sirve para poder comprender la diferente manera en que se estudia desde la crítica cultural estas disciplinas, su influencia en la educación, la crítica intelectual de ponerlo como un arte inferior y que es necesario entender desde una mirada educativa, crítica pedagógica en donde se pueda poner su revisión desde el análisis semiótico y de la enseñanza.

*Cada cultura absorbe elementos de las culturas cercanas y lejanas, pero luego se caracteriza por la forma en que incorpora esos elementos. Umberto Eco*

## 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 DESCRIPCIÓN Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

En la actualidad, los fenómenos de consumo dirigidos hacia las personas, buscan instaurarse como objetos naturales de uso habitual. Sin importar el mensaje con el que vienen intentan legitimarse en la vida de las personas: Es el caso de los cánones de belleza, o de los objetos que usamos, los objetos que consumimos de belleza, de estatus, que van desde las marcas de maquillaje, marcas de prendas, marcas de licores, marcas de productos industriales. Forman una imagen de lo que tiene que ser una persona dentro de la sociedad. En la cotidianidad, los medios de comunicación nos intentan mostrar que los productos de consumo tienen una especie de “verdad estética”, que son los indicados para que las personas los usen, los utilicen, reafirmando en ellos un canon a seguir. Los productos se legitiman, y en ellos los mensajes como la hipersexualidad, los cuerpos bajo ciertos criterios de erotismo, las formas y estilos de vestir, las cosas que hay que ver y escuchar entre otros.



Izquierda: San Cayetano Art Illustration Religious Saint LSD Lisergic Kaeru.com.ar. Derecha: Toilets with

Si observamos los productos musicales como cantantes o actores de televisión, estos no son simples modelos estéticos vacíos de un contenido y puesto al azar, sin ninguna intención. En la actualidad vemos que están mediados por la

empresa, la figura del marketing y guiado por el discurso de emprendimiento que pone como un modelo homogéneo, y que se denomina como industria del entretenimiento. Son productos que al usarlos te dan un estatus social y el mismo producto adquiere una posición dentro de la vida de las personas, se vuelve un referente al cual seguir, ese icono cultural tiene un lugar dentro de la vida de las personas y se desarrolla su forma de relación con el mundo. Un ejemplo es por ejemplo Madonna, que se convierte en los 80s un referente gay que proporciona una manera de empoderar a comunidades *LGBTI* de diferentes partes del mundo, de esta manera resulta volviéndose un icono adolescente que emociona a jóvenes con su discurso de liberación sexual. Es un producto de la industria musical con un mensaje de apoyo a cierta comunidad, en donde le da representación y la carga semántica funciona para proporcionar aspectos con los que se puede identificar personas de esta población. La forma en que va dirigido en este caso lo visual, constituye en las mismas dinámicas en que se oferte cualquier servicio y objeto de producción que requiere ser vendido; consta de crear una necesidad en el medio y así construir un conjunto opciones en la vida de las personas para que se sientan representados a ese modelo y poder obtener el beneficio que por lo general es el dinero, el medio de intercambio predilecto dentro de la economía. La empresa busca obtener con esto un beneficio económico, un lucro por lo que se está mostrando.



Izquierda: The Little Knitter William-Adolphe Bouguereau, Derecha: I love Madonna - Blond Ambition by ismaComics.deviantart.com

Emprendimiento: En efecto el emprendimiento en Colombia se ha definido como: “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Constituye una forma de razonar y proceder centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante el liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. Su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, a la economía y a la sociedad. Artistas jóvenes emprendedores ¿Cómo hacer del arte una opción de vida? Universidad Nacional de Colombia

Los fenómenos culturales de consumo como lo son los programas de televisión, los iconos musicales, los de moda en la alta costura y demás son en la actualidad un producto de venta para la población. No es lo mismo entender el arte de cultura de masas en la actualidad como lo pudo ser en la mitad del siglo xx; antes era mediado por el sector industrial con la visión de reproductibilidad, existían objetos de consumo con venta decorativa pero sin intención de ubicarse en algún plano de poseer una carga de ánimos o pasiones, no tenía carga de sentimientos. Ruiz y Arranz (2003) indican “Hasta hace bien poco, la función de la publicidad había quedado relegada a la trasmisión de información acerca de los atributos (utilitarios) de los productos. Sin embargo, de un tiempo a esta parte, esa forma de comunicación ha pasado de ser únicamente un medio de trasmisión de información, a provocar al mismo tiempo emociones y sentimientos como una forma de añadir valor a las marcas”. (p, 1) No poseía una lógica o estrategia de venta como lo es en la actualidad donde se apoya con grupos de marketing que saben leer las necesidades físicas y sentimentales. Nuestra actualidad sí esta mediada por el discurso del emprendimiento y se carga de cierta necesidad, que todo objeto que se produzca puede tener un valor de venta o hacerse “especulable”, económicamente.

Los fenómenos pop como los televisivos, publicitarios y de farándula son un estilo que se ofrece con características particulares en los que se encuentra el culto al deseo, al sexo, el dinero, la vida bohemia, el amor fatídico, los lujos, la ostentación entre otros.

Por lo anterior, el presente estudio busca resolver la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo el análisis de la obra de cuatro artistas colombianos, emergentes del arte de cultura de masas, permite reconocer procesos creativos y críticos que se pueden aplicar en la educación en artes, la cultura visual y la crítica cultural?

## 1. 1 OBJETIVO GENERAL.

- Reconocer procesos creativos y críticos a aplicar en la educación en artes, la cultura visual y la crítica cultural, a partir del análisis de la obra de cuatro artistas colombianos, emergentes del arte de cultura de masas.

## 1. 2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Comprender los elementos y signos que conforman la obra de cuatro artistas colombianos por medio de la apreciación de las características sensibles con las que crean su obra y en donde se refleja el arte de cultura de masas.
- Realizar entrevistas a cuatro artistas colombianos emergentes del arte de cultura de masas para identificar y estudiar su obra, y cómo estos observan su producción plástica frente a la educación, la cultura visual y el arte visual.
- Analizar la producción sensible de cuatro artistas colombianos emergentes del arte de cultura de masas para llegar a una interpretación por medio del análisis de sus entrevistas para observar las diferentes maneras en que abordan la producción plástica y visual de masas y sus aportes a la educación artística, la cultura visual, la crítica cultural y el arte visual.

- ALCANCES Y LIMITES

El estudio se limitará a Colombia, las entrevistas se centraran en las ciudades de Bogotá y Medellín en cuatro artistas que se encuentran ubicados en estas principales ciudades. Cubrió un periodo de 7 meses que va desde julio de 2019 a febrero de 2020. La intención de este trabajo radica en el hecho de entender la estética de arte de masas. En especial el *Arte Pop*, el *Lowbrow*, el arte *Kitsch* y la sensibilidad *Camp*. Los artistas entrevistados aunque no pretenden vincularse a

ninguna corriente o movimiento artístico mencionado anteriormente, tienen una relación estudiando las características de su obra y relacionándolas con los trabajos de artistas que se encuentran enmarcados en estas categorías del arte. En el caso de Laura Ruiz, su trabajo se encuentra dentro del *Pop Art* por los elementos que usa, Fausto Carlota usa parte del *Lowbrow* en sus dibujos, la fotógrafa Paola Rojas trabaja una imagen con colores y elementos del *Kitsch* y por ultimo Santa Putricia que si usa parte de su trabajo de los referentes *Camp* del medio *Drag*. No se pretende ubicar a estos artistas dentro de estas categorías estéticas o movimientos de arte para posibilitar las experiencias creativas en las que ellos se encuentran inmersos desde su individualidad y que quedarían opacadas desde mi opinión como investigador y limitaría la investigación y no reconocería la opinión personal y la subjetividad de los artistas. Por medio de la crítica cultural, la pedagogía crítica y la cultura visual se intenta comprender los fenómenos artísticos contemporáneos, la interacción que tienen con los sujetos en la sociedad, la apropiación por parte de sectores poblacionales y en otros casos la economía que los conforma. Se busca entender las manifestaciones que tienen en la sociedad, para poder generar reflexiones en el campo educativo, cultural, artístico y social. Que den nuevos horizontes de sentido para utilizarlas en las diferentes dimensiones de los seres humanos. Abarcar lo creativo, lo reflexivo, lo crítico y lo educativo en el aula de clase, la vida cotidiana y la producción artística de las personas interesadas en tener una perspectiva diferente sobre estos movimientos artísticos.



Izquierda: Statues of the Virgin Mary transformed into Sainly Power, derecha Pop Art photos, royalty-free images, graphics, vectors & videos |

## 2. JUSTIFICACIÓN

El interés investigativo por este tema surgió por un interés personal, al ser artista *Lowbrow* tengo una familiaridad con las caricaturas, un gusto estético por el *Arte Pop* y que veo una contraposición que desde algunos investigadores del arte, algunos académicos de la pedagogía que encuentran en estos movimientos artísticos una forma de mercantilismo en la manera en que están construidas las obras y en algunos casos, la intención de su mensaje. Este interés me llevo a realizar dos laboratorios de creación que fui desarrollando en sexto y séptimo semestre de mi carrera en licenciatura en artes visuales; Los dos talleres se abordaron con la necesidad de tomar conceptos de la sensibilidad artística *Camp* que no se habían explorado en el campo de la educación en artes por tener un contenido estético que no estaba dentro del trabajo comúnmente desarrollado para aulas de clase y que en la crítica a la estética “pop” de Theodor Adorno todo este contenido, no ofrece contenido sensible o de cultura. Cada laboratorio me permitió ver cómo se puede ir construyendo a partir de lo <sup>1</sup>*Kitsch*, lo *Camp* y *El Pop Art* como movimientos que son híbridos en un sentido de relaciones en dónde cada uno comparte cosas a otro para ir fabricando formas artísticas, fuera de la tradición artística que existe en el campo académico.

---

<sup>1</sup> El kitsch (/ˈkɪtʃ/) es un estilo artístico considerado «curioso», «adocenado», «hortera» o «trillado» y, en definitiva, vulgar aunque pretencioso y por tanto no sencillo ni clásico, sino de mal gusto. *Camp* es un tipo de [sensibilidad estética](#) del arte popular que basa su atractivo en el humor, la ironía y la [exageración](#). El *camp* es una corriente artística relacionada con las formas del arte [kitsch](#), considerado como una copia inferior y sin gusto de estilos existentes que tienen algún grado de valor artístico reconocido. Pop Art Es un movimiento artístico surgido en [Reino Unido](#) y [Estados Unidos](#) a mediados del [siglo XX](#), inspirado en la estética de la vida cotidiana y los bienes de consumo de la época, tales como [anuncios publicitarios](#), [comic books](#), objetos culturales «mundanos» y del mundo del cine. [Surrealismo](#) Pop <sup>2</sup> es un término utilizado para describir el movimiento [underground](#) de [arte visual](#) que surgió en la zona de [Los Angeles, California](#) a inicios de los años 80. El movimiento tiene sus orígenes en el mundo del *underground comix*, la música [punk](#), la cultura callejera del *hot-rod* y otras [subculturas](#) de California. A veces el estilo artístico gira en torno a este humor es alegre, o también lleno de [picardía](#) o [sarcasmo](#).<sup>3</sup>



Izquierda: apolladores, pollos prietos. Derecha: fotografía de Pierre et Gilles fotógrafos gay que utilizan el kitsch como estilo.

En el campo pedagógico y el arte de cultura de masas la información esta abordada desde la crítica, en el caso de la educación en arte la información es escasa, y el tema se abordan desde la descripción, se aborda muy linealmente dentro de la historia del arte pero no se trata afondo desde una descripción más detallada que contextualice y amplié parte de su panorama desde diferentes flancos. Es necesario realizar investigaciones, que permitan mirar más afondo las implicaciones que tiene en la sociedad, sobre todo en campos como la pedagogía crítica, la cultura visual, la crítica cultural. La cultura de masas tiene un impacto en la vida de las personas, en la forma en que construyen la sensibilidad y la apreciación estética. Hay sectores de la población que han construido una “sensibilidad identitaria”, que ha generado estéticas con características particulares. Por ejemplo las comunidades *LGBTI*, las comunidades negras urbanas, mestizas, o los grupos contraculturales como *el Punk, el Metal, Hip Hop* etc., y estos con el tiempo han permitido conocerse gracias a los medios de comunicación. Las diversas maneras de sensibilidad que desarrollan diversos sectores poblaciones, con estéticas particulares y que se nutren y crecen a partir de las experiencias en las que las personas van construyendo relaciones con la cultura y las particularidades que los hacen o definen permite evidenciar creaciones artísticas visuales, plásticas y sonoras. Estas sensibilidades, por ejemplo el *Drag*, El Cabaret, La música y baile *Vouging* dan opciones para entender otras formas en que el arte se forma en las personas. Es así por ejemplo algunas relaciones que tienen el *Kitsch* y el *Camp* con algunas personas ubicadas en diversos sectores poblacionales como la comunidad *LGBTI* hacen propios

estas estéticas o sensibilidades como forma política de identidad sexual y de creatividad. Escritoras como Susan Sontag (1966) define una generalidad que busca entender en su tiempo como ese espacio creativo en donde el arte reúne a las personas para revitalizar su orientación sexual e identidad de género por medio de estas sensibilidades, ella habla de un solapamiento entre el gusto *Camp* y el gusto homosexual. Ella lo narra desde la investigación artística, pero Eve Sedgwick lo habla desde el feminismo y entiende un poco más ese acercamiento o afinidad.

Otro ejemplo y más contextual para la ciudad de Bogotá los denominados “ñeros”, que se identifican dentro de la ciudadanía como personas de condición económica baja y con una particularidad de hablar y vestir, modos de comunicación por medio de frases groseras y estilo del Rap estadounidense y zapatillas de marca y que en la actualidad su versión más fashion, “hummies” o “vercettys”<sup>2</sup> que han adoptado estéticas que vienen de sectores de la moda, pero las han adaptado a los contextos y las han cambiado, con estilos más femeninos, decoración con simulación de piel animal, y un “gusto” por la moda.



Hummies, vestettys samber

En qué aspectos la educación en artes puede jugar un papel para formar contenidos visuales que estén desde la cultura visual y la creación que a pesar de las características que conforman el arte de masas, sin dar juicios a valor negativamente en su enseñanza sino posibilitar metodologías de enseñanza que muestran que también existen otras maneras en que los estudiantes, la escuela

---

<sup>2</sup> Hummies, Vercettys. Pandillas del centro de Bogotá que se caracterizan por usar ropa excéntrica sobre todo los Verceti quienes tienen un estilo andrógino, se maquillan, se ponen gorros ‘estilo ruso’, gafas llamativas y carriel.  
<http://donengendro.blogspot.com/2016/01/hablando-del-samber-los-versetys-y-los.html> / Voguing: El Voguing está continuamente desarrollándose como una forma de danza establecida, que se practica en la escena del baile y discotecas gays en las principales ciudades de los Estados Unidos, principalmente en la ciudad de Nueva York./ <http://www.stravadanza.com/view.php?id=60>.

pueden integrarse y formar nuevo material visual y crítico usando todo lo que ofrece esta hibridación y posturas yuxtapuestas.

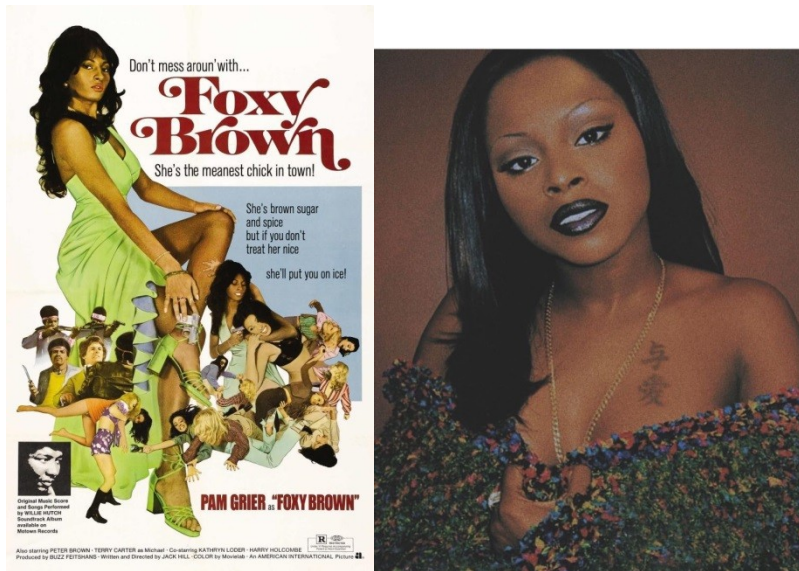
Entendiendo estos cuatro estilos artísticos que son el *Lowbrow*, *Kitsch*, *el Camp* y el *Arte Pop* he podido ir construyendo unas reflexiones, propuestas, e ideas que he ido abordando en la parte de la estética y la pedagogía para poder entender los alcances y usos que se pueden dar dentro de la educación escolar. Desde la posición de pedagogía crítica, que es la disciplina que he tomado junto con los estudios culturales para ampliar el estudio no solo en el campo estético, sino también para observar qué grupos poblacionales, los utilizan, lo consumen y porque generan este gusto estético.

## 2.1 SOBRE LA SENSIBILIDAD

Cuando vi por primera vez que *The Ren & Stimpy show*<sup>3</sup>, me sentí atraído por una especie de magia hacia los dibujos, caricaturas de televisión. Puede ser que desde allí haya comenzado mi gusto y visión hacia el *Lowbrow* como una forma de arte de cultura de masas dirigido a violentar un poco la concesiones de “buen gusto” para mi es formidablemente tener un gran interés por estéticas tales como el anime, el manga y sus historias de contenidos sexuales explícitos, tabúes o dibujos animados que implican un poco el mal dibujo, característica de algunas series animadas que salen en televisión. Un gusto por los *Cartoons*, dibujos animados con cierta temática estética y narrativa grotesca, de un contenido técnico no tan elaborado, que incluye el cine de explotación o de *Serie B*, el *Blaxplotation* categorías del cine con una estética alejada de el “buen gusto” por sus temáticas sexuales, raciales, de género y de contenido pobre en técnica.

---

<sup>3</sup> *The Ren & Stimpy Show*) fue una serie animada de caricaturas para televisión. Fue creada por el animador canadiense John Kricfalusi, también conocido como *John. K.* Se transmitió originalmente en los Estados Unidos de América desde 1991 hasta 1996, por el canal de televisión de pago Nickelodeon. Los protagonistas son Ren, un perro Chihuahua neurótico, y Stimpy, un gato bobalición, que tienen aventuras que expresan sátira hacia la cultura y sociedad estadounidense, pero mostrada a través de un humor bastante raro/grotesco y un tanto bizarro. Fuente Filmaffinity



Izquierda. Película de serie Blaxplotation, derecha. La cantante de hip hop Foxy Brown que toma su nombre artístico en honor a la película.

¿Pero se puede denominar esto como una especie de sensibilidad?, ¿pueden desarrollarse estas sensibilidades alejadas de los estudios del arte? Para estas preguntas podemos intentar desarrollarlas desde la comprensión sobre la sensibilidad lo que implica abordar desde diversos puntos de vista de esta característica de los seres humanos, que van desde la psicología, la neurociencia y la estética como un eje de la filosofía y las artes plásticas y visuales. En este caso mi interés se centra desde la educación en artes y la crítica cultural, también algunos aspectos de la cultura visual en su análisis de cómo está dirigida la información en las imágenes. Cada una de estas disciplinas y la información entran en la cotidianidad de las personas. Y entra en estas mismas preguntarse ¿qué es el buen gusto y la belleza? ¿La gente puede crear su propio gusto estético sin ser mediado por aspectos intelectuales que dirijan su percepción? ¿Quién designa canon estético de lo bello y sofisticado? Sontag (1966) quien empieza su artículo de notas sobre lo *Camp* preguntándose sobre la sensibilidad: Muchas cosas en el mundo carecen de nombre; y hay muchas cosas que, aun cuando posean nombre, nunca han sido descritas. Una de estas es la sensibilidad (p, 239). Sobre la sensibilidad del ámbito del común, pero en su escrito desglosa una lista de películas, artistas, actores y demás que podrían ser el gusto *Camp* de la gente del común de su tiempo, incluso referencia grupos poblacionales como

los homosexuales, que para ella y posiblemente en su tiempo estas personas tienden a darle cierto amor algunos artículos con características propias como lo <sup>4</sup>trillado, lo pintoresco, exagerado, barroco, decoraciones con diamantina, nostálgico casi esotérico. Así podría darse la sensibilidad común, tan escondida o poco valorada dentro de la alta cultura o el alto gusto estético y que en muchas ocasiones es denominado no arte, tal vez porque ahí se esconden prácticas culturales que no están dentro de la norma.



A la izquierda Jose Mugrabi, empresario colombiano que tiene la mayor colección de obras artísticas de Andy Warhol. A la derecha la obra de lowbrow del artista Dave MacDowell's

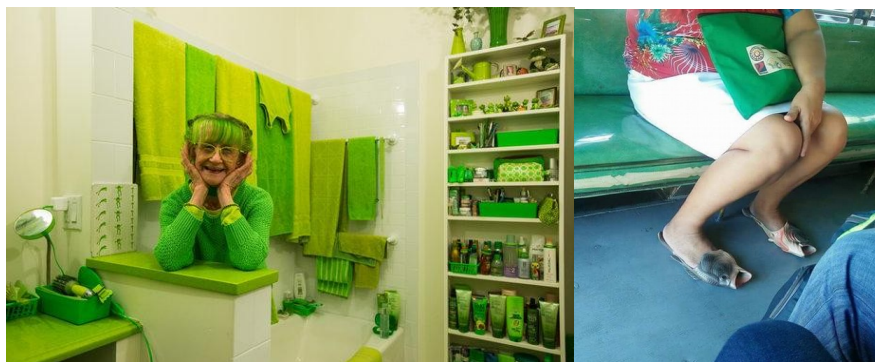
---

<sup>4</sup> Trillado, trillada: *adjetivo* 2. [Tema, recurso] Que ha sido tratado o utilizado en muchas ocasiones, por lo cual puede resultar vulgar o falto de originalidad.



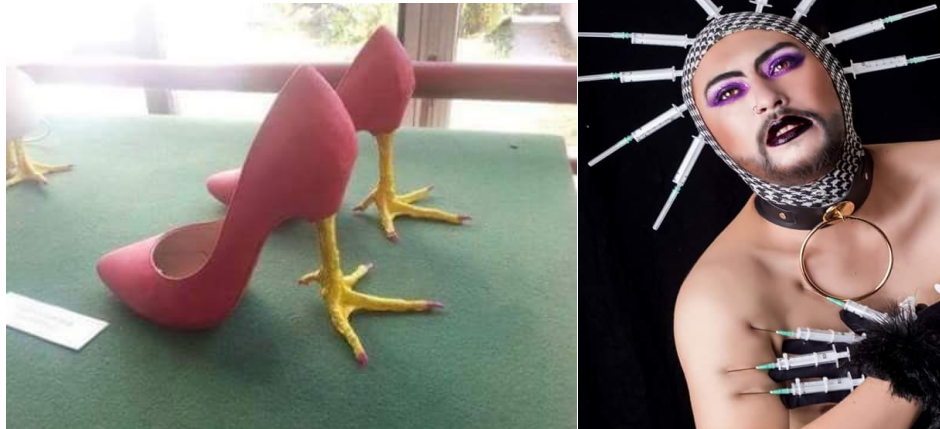
Izquierda: serigrafía de Ayn Rand filósofa del capitalismo y el sistema objetivista, realizada por Andy Warhol. Derecha: Andy Warhol cámara polaroid.

¿Qué hace que Jose Mugarbi, empresario colombiano tenga un gusto coleccionable por las obras de Andy Warhol, (que son básicas y más repetitivas), que por las grandes obras del renacimiento? Y ¿que hace que Elizabeth Sweetheart diseñadora de modas, tenga un gusto “obsesivo” por el color verde? O ¿por qué personas del común decidan decorar sus casas con cerámicas baratas dándole todo el reconocimiento a un objeto serial como si fuera una obra de arte? Tal vez definir esto sea complejo, entendiendo la variedad de significados que se dan desde lo subjetivo, hasta lo contextual. Pero podría entenderse que todos tenemos un gusto particular, que nos podría definir y que incluso podemos llegar a desarrollar y potenciar. Investigadores de la antropología en educación como Petra María Pérez realiza un artículo en este campo para esclarecer o entender esta característica del ser humano. Pérez (2008) dice que la educación artística debe interesarse en el gusto estético y la educación del gusto. Indica esta autora: “el ser humano es *perceptivamente menestero*. Percibe para actuar. Percibe siguiendo un fin práctico. Si adopta la actitud estética, no es siguiendo sus propias tendencias, sino en virtud de una intensión y de una decisión que no toma espontáneamente” (p, 14)



Izquierda: The Green Lady of Brooklyn - The New York Times/ imagen tomada de twitter sin referente.

También esta autora, por medio de este artículo, postula otras posibilidades del gusto estético, por medio de otros autores. Afirma Pérez (2008) Una de las propuestas interesantes en esta línea es el Ensayo sobre el gusto (1759/1992) de Gerard. En él sostiene que el gusto se origina en ciertos dominios del espíritu y que a través de un proceso de refinamiento cultural puede alcanzar su máxima madurez y perfección (p, 16). Esta afirmación de Gerard que explica Pérez en cierta medida tiende a ser un poco reduccionista, claro está que bien podría decirse que la formación mejoraría el “gusto estético” pero no explica o deja por fuera las narrativas identitarias de algunos sectores sociales. Por ejemplo frente a la estética *Camp* Sontag (1966) dice que no se ha debatido frente a esta sensibilidad por lo siguiente: hay razones específicas por las que lo *Camp*, en particular, nunca ha sido discutido. “No es un modo natural de sensibilidad”, suponiendo que tal cosa exista. Es más la esencia de lo *Camp* es el amor a lo no natural; al artificio y la exageración. (p, 355).



Izquierda. Objetos, Artefactos y Utensilios Zapatillas con pata de gallina, sin referente. Derecha. Retrato de Manu Mojito artista y activista LGBTI.

Otro ejemplo que también llegó a darse en otro individuo siglos antes fue la que intento explicar Immanuel Kant que en 1790 publicó su libro *la crítica del juicio* de en donde, habla del gusto y habla sobre la belleza, describe por ejemplo ese código privado de sensibilidades que poseen los individuos en donde constituyen por medio de su intelecto una racionalidad estética que le permite crear cosas más allá de la racionalidad. Aunque Kant basa más sus textos observando su contexto y tiempo y entendiendo las artes desde la belleza a la naturaleza, su texto intenta dar una orientación también desde lo cognitivo y los aspectos personales del gusto de los individuos. Pone las artes desde distintas categorías en las que se encuentra lo sublime, lo abyecto, lo agradable, lo reflexivo etc. Según Kant (1790), la sublimidad se encuentra en el espíritu del hombre al no poder aprehender ciertos entes de la realidad sensible, indica que "lo propiamente sublime no puede estar encerrado en forma sensible alguna, sino que se refiere tan sólo a ideas de la razón" (p. 56). Allí en esas particularidades, donde se puede encontrar el gusto diferente a otras "sensibilidades" y percepciones sobre lo estético que no solo van dirigidas hacia la belleza. Como lo afirma Fajardo (2014) habla de las cualidades del sujeto moderno que tienen facultades que hablan un poco a las posturas de Kant. De modo que, al indagar sobre las teorías de las facultades (Imaginación, gusto, fantasía...), el siglo XVIII conectó la experiencia subjetiva con la experiencia

de la realidad, edificando el sentido de la representación como imagen del mundo y su figura. Aquí el gusto y la imaginación se articulan, pues esta también es un rasgo distintivo de la autonomía del sujeto moderno y del arte. Así, por ejemplo, en la *Crítica del juicio*, Kant da sustento teórico a la fusión entre ambas facultades. (p, 58) aquí se describe como la imaginación que desde Kant busca ser descrita como algo que parte de la conciencia, la inteligencia, y la curiosidad humana, no parte de ningún hecho enteramente construido de alta estética, alto gusto económico y social, sino que proviene de una necesidad expresiva. En lo sublime el espíritu se siente dirigido, tiene lugar una especie de conmoción, mientras que en el juicio estético sobre lo bello se halla en una contemplación tranquila, calmada y allí es donde las personas generan sus procesos sensibles frente los diferentes objetos, elementos que están en sus contextos.

## 2.2 SOBRE LA SENSIBILIDAD DE LO COTIDIANO, ENTRE SONTAG Y MANDOKI

Sobre “la sensibilidad de lo cotidiano”, una expresión que intentan explicar autoras como Katya Mandoki y Susan Sontag y que cada una desde diferentes partes narra la manera en que las personas construyen aspectos sensibles. Un intento de poder comprender, porque existen personas que tienen un amor “diferente”, casi extravagante a prácticas de ser, vestir, comportarse, que le confieren algunos objetos, en donde es agradable para estas personas por ejemplo acumular prendas u objetos de colores, u objetos con formas particulares, un ejemplo es, la señora adicta a todo lo que sea de color verde, o el coleccionista de muñecos *Trolls* o *Dragon Ball Z*, mercancía que pertenece a programas de televisión y se le confiere un valor, casi “fetiche”, palabra que Katya Mandoki i le agrega a este apego por objetos. Tratar de comprender esto es la posibilidad para dar una pequeña explicación estética a las necesidades estilísticas, estéticas o mucho mejor y más personal a las características sensibles que tienen las personas con los objetos, una confrontación si lo que se intenta es integrar un arte de cultura de masas y lo cotidiano, cosas que parecen no encajar dentro de las

posturas de la investigación estética. Casi antagónicas, disimiles: el arte y lo cotidiano. Existen personas que crean esa incondicionalidad con los objetos que forjan con las cosas que pueden estar lejos del valor del lujo, la ostentabilidad y demás artilugios que por razones naturales obtienen un valor monetario o simbólico dentro de la cultura una estrecha relación de por vida. Un culto, un fetiche en palabras de Mandoki (2006) El fetiche del objeto estético es el más arraigado de la estética y el más plagado de problemas. Y no es para menos: se trata de un oxímoron, una contradicción de términos, puesto que lo estético por definición designa al sujeto en su disposición o susceptibilidad a percibir, apreciar, disfrutar y padecer, en contraste a lo que es un objeto que no es susceptible a nada (p, 15)



Izquierda y derecha: Flyers para eventos Drag Queen Camp

Que es lo que define Katya Mandoki a ese “amor” por las cosas, el fetiche de culto, o como lo denomina ella el prendamiento, palabra que bien ella quiere darle significado para explicar el apego estético y sensible por ciertas cosas materiales o de profundo goce artístico. Mandoki sitúa su investigación en la prosaica, término latino de la poesía que significa vulgar, que es el punto donde ella desea explicar que lo cotidiano genera experiencias sensibles autónomas del arte elevado, no solamente los objetos sino las experiencias que estos dan a las personas. Y entra en la descripción que le otorga Fibla Hueso a la diferenciación

entre *lo Kitsch* y *lo Camp* y es ese amor, amor hasta las últimas consecuencias que se le puede otorgar a las cosas. De cierta manera es el apego novelesco, romántico y fatal que puede obtener un objeto. El prendamiento estético es lo que Mandoki (2006) denomina como la experiencia metafórica de una cría que se pega al pezón de la madre. (p, 17) el apego experiencial sobre ciertos objetos que nos producen goce. La propuesta está dentro de algo que Sontag (1963) intentaba identificar por ejemplo frente al gusto *Camp*: es una manera de mirar el mundo como fenómeno estético. Esta manera, la manera *Camp*, no se establece en términos de belleza, sino de grado de artificio, de estilización (p, 240), si bien no aclara o propone Sontag algún modo para entender este gusto *Camp*, si intenta mostrar que la belleza no es la única manera de explicar esa forma de ver las cosas por el consumidor de la estética *Camp*. Sontag (1963) no solo hay una visión *Camp*, una manera *Camp* de mirar las cosas. Lo *Camp* es también una cualidad de tener una experiencia con las cosas cotidianas. Hay películas, vestidos, canciones populares, novelas, personas, edificios *Camp*. (p, 240) la descripción de Sontag es un apunte frente a los registros que propone Mandoki. Podrían entrar entre ellos el gusto *Kitsch*, *El Camp* Y *El Pop Art*. Mandoki propone: un registro léxico, un registro acústico, un registro quinésica, también un icónico para explicar los efectos que generan o tienen las personas a nivel de experiencia sensible frente las cosas. En el “prendamiento” propone esta manera de entender la fascinación. Más allá incluso su insinuación es de dejar la contemplación o la atención a otras esferas del arte. Mandoki (2006) el término “prendamiento” en cambio, trae asociadas connotaciones de fascinación, seducción, nutrición y apetencia más afines al fenómeno que nos ocupa. (p, 17)



Fotografía Kitsch del artista David LaChapelle

Cuál es ese gusto que determinan las personas que van en otra dirección al gusto que algunas instituciones del ámbito estético determina. Como entender este gusto. Sontag (1963) por ejemplo hace una descripción de algunas cosas que gusta el *Camp* en su estética: el gusto *Camp* tiene preferencia por determinadas artes. Vestidos, mobiliario, todos los elementos de la decoración visual, por ejemplo, constituyen buena parte de lo *Camp*. Pues el arte *Camp* suele ser arte decorativo, que subraya la textura, la superficie sensual y el estilo a expensas del contenido. (p, 358)

Y esto lo complementa Mandoki (2006) para describir el acto, la apreciación o la experiencia estética, propongo un término más corpóreo y ligado al placer y al especial estado de apego al objeto que suscita tal experiencia estética: el *Prendamiento Estético*. Cada vez que un sujeto es prendado sensiblemente de un objeto sea artístico como un cuadro de caballete o una canción popular, natural como un paisaje rocoso o selvático y cotidiano como una maleta de geranios o un buen vino al igual que la elocuencia. (p, 16). En estos espacios introspectivos es donde, definir el gusto de la gente implica la conversación, el encuentro de la educación en artes que parte de ir al encuentro del sentir con el individuo, buscar decodificar eso que huye de lo tradicional en la enseñanza y tocar un poco de esos afectos.



Imágenes pop tomadas de Google, sin autor,

*A la civilización de los artistas pertenece, como complemento la de celebridad, el mecanismo social que nivela e iguala todo lo que sobresale de algún modo: aquellos que constituyen solo los modelos de confección a escala mundial y de la tijeras de la justicia jurídica y económica, con la que se eliminan hasta los últimos flecos. Theodor Adorno y Max Horkheimer.*

### 3. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación sale de la idea de reconocer la obra de cuatro artistas colombianos emergentes que trabajan en arte de cultura de masas. La necesidad de comprenderlas como fenómenos sociales que surgen de la cultura de masas, la cultura pop, lo popular. Saber qué aspectos caracterizan *Lo Kitsch, lo Camp, Lowbrow y el Pop Art* en el arte y la educación en artes son de oportuna importancia para entender los fenómenos sociales que afectan la sensibilidad como medio y modo de creación artística y educativa. Henry Ramón (2014) quien elabora un artículo denominado el *Kitsch* una narrativa identitaria. En el cual asigna al *Kitsch* como una necesidad de estudiarse dentro del campo educativo, a la expresión de arte de producción de masa. Le asigna a este la cualidad de tener una necesidad de contar nuevas historias, nuevas estéticas que no se legitiman en el campo educativo. Ramón Subtitula una parte como implicaciones educativas vinculadas, y parte de un párrafo de su texto dice: en este punto, nos encontramos con el verdadero valor educativo del proceso transfigurado, que nos permite invertir y subvertir los valores que tradicionalmente podrían jugar en contra, a nuestro favor. Se trata de vincularlos como instrumentos educativos que nos puedan aportar enormes posibilidades en el desarrollo de nuestros planteamientos y prácticas en el aula de educación artística. Dentro de esta investigación no se ubicó literatura que manejara el tema desde el campo educativo, ni se encontró material que existiera por parte de docentes en artes.

Henry Ramón como docente investigador es el único que ha generado un artículo en el cual busca que el *Kitsch* sea trabajado en las aulas de clase, lo que permite poner este tema en el análisis de la pedagogía en artes, desde lo crítico y lo creativo. Él nos describe cómo es necesario construir narrativas a partir del arte *Kitsch* y aunque no define poblaciones para la elaboración de esto, si permite ver que hay una necesidad de entender cómo se conforman estas estéticas de sensibilidad. La cultura de masas tiene una manera de construir y guiar la

sensibilidad de las personas con un conjunto de medios y procesos que permiten la distribución de información y ha contribuido a definir parte de lo moderno. El medio encargado de realizar la construcción de este proceso frente a tener una sensibilidad contemporánea es la publicidad, que es una forma de comunicación, un medio que busca aumentar el consumo de un producto o un servicio por medio de imágenes con contenido de emociones.



Flayer de fiesta LGBTI usando iconos de la cultura como el cantante Boy George y el actor B.A. Baracus conocido como Mr. T en la serie los Magníficos.

Este medio transmite construye un marco unos modos de distribución para el uso de consumo. Como indica Vanesa Corvaro (2008) en su tesis, la observación estructurada de medios, un instrumento que permite el acercamiento a las tendencias de moda y grupos de consumo. Para el consumo hay un sistema de clases sociales, estructura la movilidad social, el indicativo de estatus, el nivel social y el consumo de moda. Dentro del círculo creativo de la publicidad se haya estos aspectos propios de transmitir todo un medio simbólico para ir conformando lenguajes de consumo que son bien vistos dentro de estas esferas. En su tesis de (2013) de la universidad pontificia Javeriana, Advertising el arte de pautar en el arte, Morales Rodríguez Laura Viviana nos habla de la publicidad como medio

creativo para una venta de productos, y en esta tesis entrega una mirada sobre como la publicidad y el arte tienen un solapamiento que alberga una cantidad de contradicciones positivas y negativas. Las positivas son absorbidas por la captación publicitaria, capitalista y las negativas busca volverlas lo más positivamente posibles para acercarse al público. En esta parte se podría entender que la publicidad ayuda al arte de masas y este se nombrara como movimiento artístico que se legitima con las técnicas y estilos que describen la publicidad.

En la actualidad parte de la sensibilidad *Camp* maneja temáticas del consumo por el consumo publicitario, de música, cine y telenovelas. Es una estética que es dada desde grupos artístico independientes como colectivos de *Drag Queen*, transformistas van entregándose a los ámbitos de la moda y referenciando a esta como parte de la construcción de su imagen. En su tesis de la universidad pontificia Javeriana, Manu Mojito la diva del arte (2011) nos habla del mundo del arte pero no desde el ojo crítico sino de aquel que usa la moda y la realza en el ámbito del arte y el mismo se interviene desde la feminización y la fame fatal de la alta costura. Una amistad entre lo gay y la moda



Imágenes tomadas de Google, piezas de cerámica Kitsch, sin autor.

Anteriormente se puede ir delimitando un *Pop Art* como hijo de la publicidad y en el segundo él *Camp* Este enteramente como una sensibilidad que juega, con la moda con sus elementos estilísticos y refinados y también lo hace con la publicidad, también los personajes que pauta la publicidad y otros elementos del

consumo, pero desde una manipulación algo amanerada, homosexual, desviada, *Queer*. El *Kitsch* en cambio es un estilo muy dado a manifestarse desde lo vulgar y carente de lógica, de belleza, un lenguaje casi irónico con la vida, un conjunto de cosas que en si reúnen todo ese superfluo, abyecto de la vida. Desde una parte de la pedagogía crítica intentar definir los excesos del pop como un medio legítimo de representatividad, mostrando en los mensajes tales como el consumo desmedido de artilugios, la sexualización del cuerpo femenino en pro de venta de objetos y consumo de belleza. En este caso como lo define Andrea Figueroa Arbeláez (2011) en su tesis de la universidad Pontificia Javeriana, imagen femenina, objeto del arte y de la sociedad de consumo. Permite evidenciar el uso despiadado que se da desde una óptica del consumo, entendiéndolo no desde solo la publicidad sino los referentes de la cultura pop (música pop, reggaetón y los actores de la industria de la moda) en ella la cosificación de la mujer ha generado que se use a ella como objeto de deseo que estimule el subconsciente de las persona para la compra de productos. En toda esta observación entra la educación crítica como forma de interpelar y formar una oposición que gestione formas concretas y más democráticas para darle lugar a los movimientos afectados por la explotación que se da por culpa de la cultura de masas.



Izquierda.: Imagen tomada de Google, sin autor. Derecha: A Man with a heart of gold. Painting by Russian artist Alexei Sergiyenko, St. Petersburg.

Kitsch art tribute to Vladimir Putin

*Si de todos modos vas a pensar, piensa en grande. Donald Trump*

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1 ARTE Y SOCIEDAD DE CONSUMO

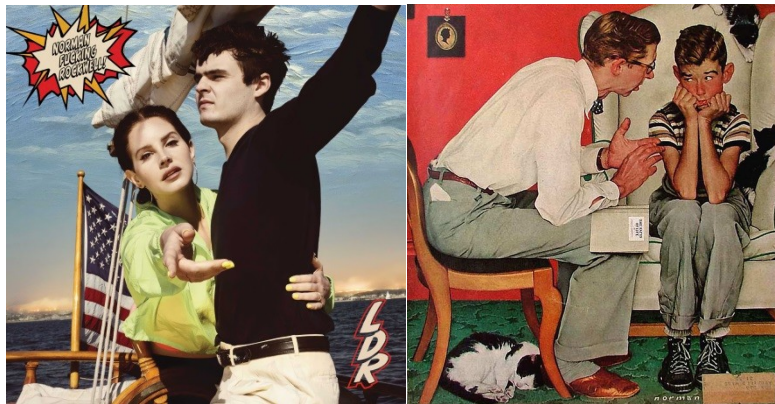
En primer lugar, es importante destacar que no es posible entender el arte de cultura de masas sin desglosar parte de su historia y también indagar la crítica que se le ha dado, los aportes positivos y negativos en el marco de los diferentes estudios que se le ha hecho, desde la filosofía, la estética, la sociología. El arte de masas viene como un calificativo a una tendencia estética que su mayor impacto de producción y relevancia se da en los años 70s y que tiene por gusto estético tomar iconos o imágenes, del ámbito comercial, publicitario, personajes de la vida pública, objetos del mercado que son banales y que no transmiten un mensaje con alguna idea clara, de carácter “culto”; objetos reciclables o que no tienen un gusto refinado y cargan características trilladas, pretenciosas y artificiales.



Ilustración *Lowbrow* de la artista Paula Sobczak

Andy Warhol es una cara visible y exponente de este tipo de arte, aunque su trabajo se centra más en el *Arte Pop*, muestra las características e intenciones que conforman el arte de masas y su enfoque comercial; El mismo Andy Warhol tenía un abanderamiento hacia el consumo en frases muy polémicas y celebres como. “lo más hermoso de Florencia es el restaurante McDonalds” haciendo alusión a la marca y su simbología como algo representante de lo norteamericano. El arte también es partícipe de los proyectos económicos que se van conformando en la

historia y el fenómeno de arte masificado, pareciera que intenta articularse por ejemplo con el capitalismo como modo de vida ideal. El arte de alguna manera construye y muestra cómo se conforman las sociedades en caso por ejemplo del arte de masas de los años 70s, el ideal es el norteamericano y Andy Warhol fue tal vez el más notable para dar a conocer este ideal; artistas antes de él también mostraron como vender un estilo de vida, reflejándolo en sus obras de arte. En caso norteamericano las obras de artistas como Norman Rockwell o Joseph Christian Leyendecker, mostraban en sus pinturas e ilustraciones la vida común norteamericana, cargada de sus simbolismos propios de la vida de estados unidos con sus cowboys, niños en pijama y que tenían unas particularidades visuales muy dadas a la publicidad.



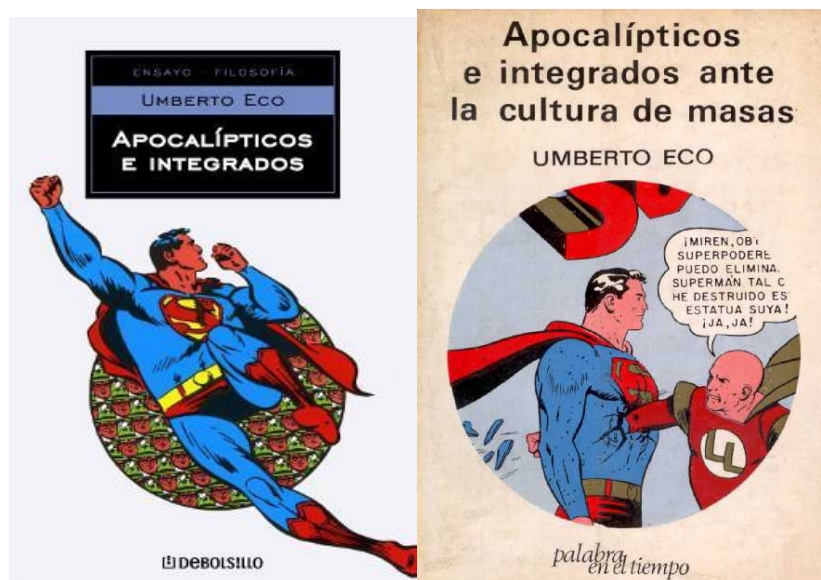
Izquierda: caratula del disco Norman Fucking Rockwell de la cantante pop Lana Del Rey, disco que lleva el nombre del pintor e ilustrador norteamericano. Derecha: ilustración de Norman Rockwell quien en edad avanzada tildaron su obra como kitsch por artistas contemporáneos.

Para hablar de arte de cultura de masas es necesario ir entendiendo la finalidad con la que se generan algunas imágenes que proceden de sectores televisivos, publicitarios, o de industrias creativas que son visibles en nuestra contemporaneidad.

El arte de cultura de masas se gestiona en la actualidad con los mecanismos que ya no solo la transmiten sino que la crean, pues es el medio actual por el cual ya no solo se comunica una idea a un público, sino que los medios ahora saben y participan para que se transmita con una intencionalidad o una racionalidad para

consumirse. Dentro del arte de cultura de masas está: *el Art Pop, el Kitsch, el Camp, el Lowbrow, Comics, el cine masificado por Hollywood*, algunas películas de *Serie B*. Estas clasificaciones de arte de cultura de masas vienen direccionados por los medios masivos de comunicación que permiten su distribución a las personas. Proviene de la televisión, la radio, el periódico, las actuales redes sociales que están diseñadas para transmitir un conjunto de informaciones, el medio sensible para esto es la publicidad.

Aunque no se conoce en qué periodo se podría ubicar el origen de la publicidad, existen los ejemplos visuales que el cartelismo del siglo XIX realizo como medio de distribución de algún producto, y aproximadamente hasta la actualidad, los medios de comunicación fueron generando un vínculo con la publicidad de tal modo que este se volvió un medio de vender algo a para obtener ganancias económicas. Estas pagan sumas de dinero para mostrar sus productos por una franja de tiempo pero lo suficientemente puntual y bien elaborada para convencer a los espectadores del valor de este producto. Parte de esta lógica del capitalismo, no está dentro de lo que la educación busca, en los procesos de formación, la lógica de la educación busca es más hacer un uso racional de lo que se consume y las maneras o estrategias que se emplean para la divulgación de lo comercial.



Portada del libro de Umberto Eco que tiene a Superman como imagen.

En los estudios culturales en educación el método para estudiar los fenómenos de cultura de masas deben también observarse en la pedagogía.<sup>5</sup> Peter McLaren en una entrevista para la universidad nacional de Chilecito en noviembre de 2015 analiza como el capitalismo no está dentro de las discusiones de los docentes, pero ve pertinente hablar sobre el asunto. La educación en artes también debería unirse a esta consideración, sumergirse en la cultura visual, el mensaje del consumo para comprender los fenómenos sociales que se forman en la sociedad. Tanto el pop que forma iconos del uso comercial como músicos, actores, youtuber, publicistas y demás iconos. Como sus derivados *Kitsch*, *Camp*, *Lowbrow*, y demás formas de arte de la decoración y la “superficialidad”.

Henry Giroux (2003) habla de nuestra actualidad como algo más confuso, que es necesario mirar para entender que no solo la escuela educa, sino un conjunto de factores del medio externo. (p, 24). La modernidad actual tiene más difusas las relaciones que se generan con los estudiantes en el ámbito educativo. La educación en la actualidad, se aleja un poco de la cultura postmoderna y sus fenómenos, y parte de sus lenguajes que alimentan la subjetividad de las personas, las formas de desear, de apreciar y de constituir sus relaciones con las que se rodean. Los hábitos de consumo alimenticios, de vestir, de escuchar, de percibir, de apreciar, de aprender no son los mismos de una generación que aprende en la cultura pop. “No se consume una hamburguesa, se consume Macdonalds, no se consume un tenis o zapatillas, se consume Adidas”. Y las empresas saben la importancia de darle una personalidad a su negocio donde las personas se sientan interactuando frente a algo que sea más familiar y emocional. Para esto las empresas han ido dándole a la venta del producto una carga emotiva. *Adidas*, *Converse*, *Nike* deciden vender sus zapatillas con un comercial de jóvenes que buscan aventura, libertad. Se muestra en los comerciales televisivos, o de revista o radio. El plano de grabación es más convincente con

---

<sup>5</sup> Entrevista a Peter McLaren por la universidad de chilesito. <https://www.youtube.com/watch?v=AH9uAv5O2RI>

deportistas corriendo, que de forma muy filosófica hablan sobre el deporte y la felicidad. El icono se vuelve el modelo a seguir y se logra por medio del objeto de la marca.

Pero no se busca hacer un estudio de la publicidad, mirar como la publicidad, y los artículos de consumo influyen en cierto tipo de arte y como el arte ha generado un canal para el consumo y la publicidad. Lo que se pretende es entender como algunos tipos de arte de cultura de masas, deberían entrar en la comprensión y como las obras de arte que genera el arte de masas, permean en la cultura visual, el arte y en la educación pero abordándolo desde una perspectiva que no sea solo la económica sino desde diferentes perspectivas intelectuales. Giroux (1997) dice que el capitalismo del siglo XX dio origen a la publicidad y a su prédica evangelista de consumo sin fin (p. 28), con lo que tiene entendido como pedagogo que hay unos aparatos (*Mass Media*) que se encargan de transmitir una información y también lo lleva al aula de clase indicando que las escuelas y otras agencias de socialización nunca son independientes de las estructuras económicas y otras estructuras dominantes (p, 14). Con Andy Warhol se comienza a generar la ruptura del poster, del flyer publicitario para solo estrategia de propaganda comunicativa, muy diferentes a los de la primera mitad del siglo XX y los de la segunda guerra mundial. Con Andy Warhol los iconos culturales comienzan a ser descontextualizados, y personajes del ámbito político como Mao Tse Tung comienzan a reutilizarse, de otras maneras, apropiando las imágenes con cierta estética de colores, y formas que le permiten ubicarlos en contextos más familiares, dándoles cierta familiaridad algunas de sus serigrafías tienden a lo cursi, algunos carentes de aura o pensamiento reflexivo, ensalzar figuras míticas del medio, del modelaje y el cine como Marilyn Monroe; hace ver la cierta manera en que el arte pop logra atraerse por lo que dirían algunos “la falta de cultura” La riqueza, el espectáculo, y parte de la filosofía económica que constituye a los EEUU hicieron lo que es Andy Warhol y su arte, con un claro entendimiento de cómo vender su obra y respaldar la cultura mercantil de su país.

Los iconos culturales de masas en la actualidad operan bajo esa carga de idolatría, los usamos y les damos un carácter mesiánico, les otorgamos los mismos valores que los contienen. Belleza, nobleza, sexualidad, deseo, maldad; Incorporados por una estrategia de ventas por parte de las compañías que nos impulsan a ser cargados por todas esas estrategias deslumbrantes de deseo que nos brinda. Warhol encarna una imagen de *rock star* de la publicidad, creando portadas para el naciente rock norteamericano, haciendo amistad con algunos grupos de rock como Velvet Underground, pero también dándole “belleza” a los objetos de consumo, como lo indica Uso Espinosa en su artículo *Warhol tenía una mano demoníaca* (2006), porque era capaz de iluminar la belleza más trivial de los objetos destacados del torrente del *Mass Media*, como por ejemplo el bote Brillo o la sopa Campbell, en definitiva, Warhol era un hada madrina que convertía la calabaza en una glamorosa carroza, así era Warhol (p. 3). Su particularidad de mitificar artículos comunes, su idea de artista casi como una celebridad era lo que le otorgaba ese ingenio consumista, económico de su estética particular.

Entender el arte *Camp* y sus particularidades estéticas hace una referencia, como lo indica Hueso Fibla (2012), “la necesidad de comprender el romanticismo *Queer*, neo barroco, que existe en la elaboración estética. Producción estética que cuenta con una sensibilidad algo melodramática es parte de la esencia camp” (p, 182). En este caso, el *Camp* es un aspecto propio de las comunidades *LGBTIQ* que han diseñado una estética que busca replantear, los discursos visuales que muestra la heterosexualidad.

Es en ellos donde se entiende los giros que dan tanto los aportes estéticos de la modernidad y los estudios que han desarrollado otras disciplinas, que se han encargado de estudiar estos temas. Abordar en los colegios y demás centros de enseñanza todo la reapropiación de estética de masas y en ella el *Kitsch* y el *Camp*. Y su estrecha afinidad con los movimientos *LGBTIQ*.

Frente a lo *Kitsch*, podemos ver la singularidad de sus colores y su enorme pasión por ser desagradable y de mal gusto. Su afinidad por reciclar imágenes y objetos que de cierta manera reapropia y romantiza. Como lo indica Fibla (2012), “el

*Camp* se configura, por tanto, como un terreno de alusiones semióticas que van desde la parodia del amor melodramático hasta la reivindicación de la cursilería cultural, pasando por el tamiz de lo torcido y excluido del “respetable” ámbito artístico” (p, 10).

*El Camp* es parte del resultado del *kitsch*, apropiado por las comunidades *LGBTI* y politizado de alguna manera, que busca por medio del amaneramiento, lo cursi, lo trillado, llegar a problematizar los roles de género establecido. En su texto ya no estas más a mi lado corazón, Fibla Hueso (2012) pone un capítulo que titula del *Kitsch* al *Camp* hace una distinción sobre ellos, incluso hablando de autores que hacen estas diferencias. Autores como Susan Sontag, Mark Booth, Eve Segdwick que dicen que la diferencia está en el “amor” titula el amor a los objetos, según lo indica Sontag o Mark Booth lo denomina como: el *Kitsch* no tiene intensiones honorables, pero el *Camp* sí. (p, 189) también Fibla nos menciona la resemantización y apropiación de los homosexuales del gusto *Camp*, en palabras de Eve Segdwick: en su re-politización del *Camp* y su reivindicación de la estética como arma de identidad de la homosexualidad, considera la rehabilitación de la sentimental, un bastión para el colectivo gay masculino que ve en esa esfera privada de los sentimientos considerados femeninos un espacio donde resguardarse de la amenaza homofóbica externa. (p, 189) sobre el arte y en este caso el *Camp* parece ser un lugar de apropiación de sectores poblacionales como el *LGBTI* donde afirman sus derechos civiles, sus derechos ciudadanos. Esto implica también entender lo político sexual dentro de la educación en artes.



James Franco, actor de Estados Unidos mostrándose en una imagen femenina con toques kitsch

Henry Giroux comenta en su libro *pedagogía y política de la esperanza* (2004), la influencia que ha tenido de los estudios culturales y el feminismo en conformar la pedagogía crítica. Pero lo *Camp* se nutre de los fenómenos de masas, y la pedagogía crítica se nutre parte del discurso marxista como modelo, alejado del materialismo de consumo. Pero dentro de la misma interacción de saberes, artistas como Pedro Lemebel, escritor chileno intento conciliar su visión política comunista con la literatura homosexual que desarrollo.

Entonces no hay un estado económico para configurar una estética *Camp*, que se construya solo con el capitalismo. Las relaciones que hace por ejemplo Umberto Eco sobre la misma, pero su estudio es totalmente divisorio frente a las mismas posturas, claramente ve la necesidad de distinguir la diferencia entre la alta cultura y una cultura de masas. Es integrando parte de lo que Umberto Eco anuncia y la necesidad de generar nuevos relatos, nuevas narrativas para que puedan realizarse transformaciones, aprendiendo de las misma manera en que intenta utilizar el consumo. Nuevas narrativas y nuevas formas orgánicas, para dar una lucha paralela a los excesos del consumo.

El capitalismo tal vez sea el mayor elaborador de necesidades y a él le aplican muchas formas de generar medios para la distribución de información. Es el mayor

medio interdisciplinar que busca filtrarse por todos los espacios humanos, e incluso no humanos (no se salvan ni las plantas, ni los animales) entender cómo se gestan las propuestas de arte que busca ir fomentando el capitalismo es propicio para ir gestionando otras narrativas visuales y plásticas para contrarrestar la velocidad con la que avanza la administración del capital. En qué punto la educación en artes, intentara ir más allá desde una perspectiva como la de Eco (1967) en donde sita que la cultura de masas tiene su nacimiento en el momento en que la masa de ciudadanos participa con igualdad de derechos en la vida pública, en el consumo, en el disfrute de las comunicaciones (p, 52).

Una pugna se debate, por un lado El filósofo, Umberto Eco nos conecta a las diferentes opiniones. Apocalípticos e integrados, son una razón que se encuentra los que están en contra, los que por ningún motivo avalan la producción de las masas y también se encuentran los que le dan un aval a medias, pues solo se le da el aporte optimista es a través de algún ejercicio que haya generado un aporte, una investigación, una creación.

Sontag (1966) nos hace unos aportes fundamentales que vienen de la parte contraria a las de Eco, sus escritos titulados notas sobre lo *Camp*, en su libro, contra la interpretación buscan reflexionar por el acto creativo, el acto de la sensibilidad. Para ella, es necesario darle explicación sobre este tema y nota en lo *Kitsch y lo Camp* como una expresión que no tiene respuestas que es necesario descubrir esa estética, ese acto creativo.

## 4.2 CULTURA VISUAL Y ARTE DE MASAS

En este apartado es importante destacar, dos campos de investigación que unen fuerzas para entender y comprender los fenómenos de la cultura, usan como estrategia el entender las brechas que se generan desde la investigación dadas por el estructuralismo y la ideología positivista que se enmarca en cierta falta de contextualización de los problemas que afectan a los sectores poblacionales. Desde los estudios culturales, se busca conformar un debate que represente en el campo de las artes ese vínculo de estéticas generadas por grupos poblacionales,

las características que los conforman y como representan esa necesidad de expresión y sensibilidad. Problematizar desde la teoría *Queer*, a los movimientos civiles *LGBTI* y sus formas de expresión, así como los aspectos que determinan la juventud y sus vínculos con la cultura popular, la estética pop(popular) y su afinidad discursiva, política, sensible e intelectual. Parte de esta búsqueda también se centra en la pedagogía crítica como determinante teoría para generar una especie de dialogo con el positivismo ideológico que impera en la educación, las artes, la sensibilidad. El desglosar parte de las posturas y pensamientos que enfrentan un mundo actual y que enfrenta cargas ideológicas que se acentúan por medio del uso de las imágenes, la música, la construcción de sujeto y que por parte de algunos sectores académicos, educativos que no comprenden el fenómeno de la cultura de masa dentro del ámbito escolar y siguen estando al margen de esta posibilidad por cuestiones de estatus o de imposibilidades pedagógicas de comprensión del contexto de la escuela como institución que comparte la cultura, la producción de referentes políticos, culturales, y artísticos.



Imágenes tomadas de Google de los cantantes pop Bjork y Thom Yorke como santos católicos, sin autor.

El cómo integrar el discurso que plantea Umberto Eco, su crítica frente a la cultura de masas junto a las posturas que deslumbra Henry Giroux y su lucida intervención frente a ver la brecha que genera por ejemplo el positivismo científico que se encuentra dentro de las aulas de clase, y el discurso de desigualdad que

se encuentra en Umberto Eco. No es una crítica a apocalípticos e integrados a pesar de la falta de conocimiento social y cultural que padece el autor, que no puede revisar la sociedad popular y que se instaura en un elitismo intelectual. Pero si es un intento de generar un puente entre estas dos posturas, que al final pueden que sean las artes visuales la que cierre estas brechas. Henry Giroux tiene una perspectiva que indica o plantea la necesidad de ver e integrar la cultura al estudio del aula, la cual esta tremendamente mediada por la estructura del positivismo científico, y es en esta estructura en donde se generan las mismas problemáticas sociales que existen o se dan fuera del aula. Giroux (2004) afirma “la cultura del positivismo, delinea la racionalidad, irracional de esta caracterizada por el énfasis en la producción y el control técnico. Cuando, se le combina con el rechazo de la dinámica interpretativa de la hermenéutica, esta cultura del positivismo se metamorfosea en una ideología dominante” (p.13) entonces esta cultura del positivismo se integra en el cálculo de lo medible y contable pero no tiene en cuenta las dimensiones sociales, a lo que autores como Eco resultan olvidando, y enunciando posturas hegemónicas en lo que relaciona a el acto sensible en diferentes sectores poblacionales.



Imagen de Jesús como David Bowie, tomada de Twitter sin autor.

Para él hay una clara división de una cultura de masas, perteneciente a un bajo sector poblacional que se instaura como consumidor de la producción industrial, un patrocinador del consumo. Si bien esto parece ser cierto porque el orden de distribución de la información en los denominados *Mass Media* va dirigido es para esta población. Como la pedagógica crítica puede ir formando estos puentes que se ven necesarios para entrar en las formas sensibles, habitables dentro del territorio escolar, la necesidad de comprender como se conforman las subjetividades dentro del territorio escolar es parte de las búsquedas investigativas del docente. Saber que el límite que hay entre hablar de educación, enseñar, hablar de política, sexualidad, cultura, fenómenos pop es tan difuso, tan difusos los límites porque vienen a estar tan entrelazados en el proceso de comunicación que se puede entrar hablar de unos conceptos y abarcar otros dentro del colegio.

Pero hay cierto intento de los docentes de impedir que la cultura, el mundo entre en el aula de clase, tienen cierto recelo de trabajar, de “untarse” de la cultura, pareciera un lugar en donde los maestros evitan la entrada de la información como la música, la imagen visual, la estética, la indumentaria de la cultura exterior y que a su vez por dentro trata de generar otra idea de ser, de una cultura algo nihilista y plana. Pero en verdad los docentes pueden permitirse una democracia, dentro de las aulas de clase, dentro de los pasillos, de cierta forma puede darle usos a lo cotidiano de los estudiantes, de los jóvenes puede intentar formularse si es necesario construir con lo que los jóvenes consideran cultura, arte, fenómenos de sensibilidad tales como Madonna, Maluma, reggaetón, hip hop, películas de terror y de vulgaridad. Comprendiendo como lo indica Giroux (2004) afirma. “es necesario que los docentes incorporen en sus pedagogías una comprensión teórica de que la producción de significado y la de placer se conviertan recíprocamente en constitutivas de la identidad de los alumnos, del modo en que se ven a sí mismos y de la manera en que construyen una visión particular de su futuro” (p.213) es aquí en donde la necesidad de entender la cotidianidad de los jóvenes y la reflexión sobre la diversidad de contextos y de lenguajes semióticos, influyen en la vida escolar, son parte del panorama de la construcción de las subjetividades y si bien nombra el placer, pues el disfrute cultural viene consigo

con una carga de símbolos vitales y enérgicos que desean vivenciarse en la vida juvenil.



Flyer estilo anuncio de buseta para evento trans en Bogotá.

Esto incluye lo que afirma Giroux (2004) “repensar la naturaleza de las inversiones semánticas y emociones de los alumnos debe plantearse teóricamente atendiendo a importantes consideraciones pedagógicas. Una de ellas es que la producción y la regulación del deseo deben verse como un aspecto crucial del modo en que los alumnos dirimen, relacionan, resisten y crean formas culturales y de conocer específicas” (p.213).



Yamaguchi, Asian Woman, Asian Girl, *Figure Drawing Reference*, Idol, Japanese.

Cada aspecto que involucra al contexto estudiantil es necesario integrarlo; el conformar una escuela abierta, una escuela-ciudad donde se conviva con el mundo y sus múltiples formas de expresión humana, donde se pueda revisar las múltiples interacciones, los diversos códigos y ponerlos en contraste y permitir generar nuevas características, lenguajes, narrativas, nuevos modos de contar la

multiplicidad cultural. En ello, entra la cultura de masas, la cultura pop, la cultura de fenómenos y artistas y estéticas de consumo; aprender de ellas, generar lenguajes y construir nuevas subjetividades en los individuos y también colectivas.

#### 4.3 LENGUAJES ESTETICOS Y CAPITALISMO

Los fenómenos populares, están presentes en nuestra sociedad, y lo han estado desde el comienzo industrial. Ha producido una multiplicidad de elementos, de objetos, de símbolos, signos, costumbres, modos de ver e interpretar la vida. La cultura de masas ha nutrido de sensibilidad a la vida misma de la contemporaneidad. Hablar de los fenómenos pop que nutren en la actualidad a los jóvenes y adultos con estéticas que son un sistema que entre sí mismas funcionan y se alimentan. Desde la creación del *Cartelismo* informativo en nuestras sociedades, también ha permitido ser un canal de comunicación de masificación de artículos de uso cotidiano. Antes de Andy Warhol ya existía la publicidad para la moda. Coco Chanel es referente mundial para cierta elite social que despersonifica a otras que no pueden consumir los productos de la marca Chanel. Pero a la vez esa elite en la que se encuentran sumergidas estrellas musicales y actores de medios visuales como el cine y la televisión personifica cierto idilio para la masa, desde la cosificación femenina de actrices como Angelina Joliet, la hipermasculinidad de Brad Pitt y pasando por las excentricidades de Michael Jackson o la vida bohemia de sexo y dinero de los artistas de la cultura de masas.



Foto tomada de twitter, sin autor.

Esta ahí sumergido lo que el consumo de masa quiere entregarnos y desea convertarnos, pero claro está que mucha de esa nutrición visual y social carece de ciertos valores que en el campo educativo no se verían necesarios enseñar. Por ejemplo el derroche de dinero, la ostentación, el deseo, la melancolía y la añoranza del exceso. Pero ¿sería pertinente usar ese lenguaje visual en el aula de clase? Que nos tiene para enseñar el objeto de consumo a la escuela, como utilizamos el *Mass Media* y sus productos en beneficio nuestro.

Esta sistema de interconexión que existe bien podría ser denominado como lo indica Canclini (1995) “Se sabe que buen número de estudios sobre comunicación masiva han mostrado que la hegemonía cultural no se realiza mediante acciones verticales en las que los dominadores apresarían a los receptores: entre unos y otros se reconocen *media-dores* como la familia, el barrio y el grupo de trabajo.<sup>1</sup> En dichos análisis, asimismo, se han dejado de concebir los vínculos entre quienes emiten los mensajes y quienes los reciben únicamente como relaciones de dominación. La comunicación no es eficaz si no incluye también interacciones de *colaboración* y *transacción* entre unos y otros” (p, 42) entonces no podemos dejar de interactuar como consumidores y ciudadanos, como lo indica el libro de García Canclini, y en este contexto de ciudadanos, aplica a los estudiantes que no

son ajenos a lo que circula en el mundo sino más bien participan en y median con la producción de masa. No se intenta legitimar el consumo como un exponente artístico y de genialidad. Dentro de la simpleza que pueda mostrar los objetos de consumo y de la estética de masas, se encuentra un campo preciso para trabajar desde los estudios culturales. Rescatar ciertas paradojas que trabaja lo *Queer* con la extravagancia y la sensibilidad del reciclaje de novelas rosa (es pertinente no entender o trabajar la cultura popular desde la literalidad, sino abordarla desde que otras cosas ofrece y que se puede cambiar de ella) o parte del feminismo que propicia nuevas abarcamientos con las fame fatales del *Pop*, o las revistas de moda.

#### 4.4 EDUCACION EN ARTES Y ARTE DE MASAS

Entendiendo los modelos de educación artística que propone Imanol Aguirre, algunos son pertinentes para poder aplicarlos a la enseñanza. Parte de la estructura que fundamenta, es la combinación de la cultura, los estudios culturales, la cultura visual y la pedagogía, es lo que muestra en su texto y allí es donde muestra esa necesidad de abordar, una nueva mirada sobre cómo se enseña con la imagen y sus códigos y símbolos vigentes dentro de la cultura. Imanol Aguirre, fundamenta, lo importante de lo visual en lo contemporáneo, afirma (2006) “en el caso concreto de los estudiantes, la impronta de lo visual en sus vidas está dando lugar a que se produzca una distancia abismal entre sus capacidades y las de los propios educadores. (p, 7).

Saber cómo exponer ante un aula las características de los mismos fenómenos de deseo y goce que se encuentran en los *Mass Media* que los informan o los moldean, son parte de los requerimientos que la cultura visual y la educación que deben revisar y entender el fenómeno *Pop*. El modelo cultural que intento aplicar es uno que abarque la educación artística y cultura visual, que permita nuevas maneras para entender las relaciones entre enseñanza y cultura. Este modelo con enfoque de alfabetización es un integrador que busca sellar parte de la brecha que se da entre lo académico y lo popular, como gusto, afinidad, deseo de las personas pertenecientes al ámbito escolar. Aguirre (2006) afirma. “la “pedagogía cultural” está ocupando el papel que anteriormente tenía la “pedagogía escolar”.

En este tipo de sociedades, el universo visual y la cultura popular (el cine, los videojuegos, la música popular, las teleseries, Internet, los dibujos en la televisión, la publicidad, etc.” (p, 12) entonces la capacidad de entrar en la producción cultural implica mirar y nutrirse de las particularidades que se construyen en ella. Entrar en esa particularidad es como lo indica Henry Giroux (2004) “Repensar la naturaleza de las inversiones semánticas y emocionales de los alumnos debe plantearse teóricamente atendiendo a importantes consideraciones pedagógicas. Una de ellas es que la producción y la regulación del deseo deben verse como un aspecto crucial del modo en que los alumnos dirimen, relacionan, resisten y crean formas culturales y de conocer específicas” (p, 213).



Drag Queen frente a la estatua de la bailarina del artista Jeff Koons, Visita Drag MuseoJL... - read what others are saying and join the conversation

Con esta cuestión híbrida entre la educación, la cultura visual, los estudios culturales la conformación de ampliar el uso de las artes en la enseñanza hay un punto donde Aguirre (2006) afirma “Cada vez son más las voces que se suman a la necesidad de configurar nuevos currículos que favorezcan la presencia de la cultura de masas entre los contenidos escolares y el acercamiento de la cultura popular a las prácticas culturales hegemónicas, que tradicionalmente han venido ocupando los espacios escolares. Sin embargo, no basta con dar cuenta de la

escasa presencia que ocupa la escuela en la construcción de la imaginación, los deseos y fantasías de los jóvenes a los que forma” (p, 15) entra en juego un camino que se desea fomentar, una nueva empresa donde incluso los docentes de la modernidad y posmodernidad están más familiarizados por la cultura superflua, los medios de comunicación y redes sociales. No con esto se quiere decir que el rigor y la búsqueda intelectual se base en acomodaciones necesarias al ámbito de consumo; ciertos aspectos que la misma cultura nos ha permitido para construir, nuestras propias subjetivaciones, que sirven para dar una especie de afirmación en contra de lo que Theodor Adorno o Umberto Eco criticaban de una sociedad que nace de la reproductibilidad. Pero la educación artística debe vencer parte de estas limitaciones que genera la idea de entender la cultura como baja y alta cultura en el aspecto de la genialidad que Umberto Eco propone, o mejor tratar de entenderlas de la manera que lo antepone Hernández (1997) como una necesidad de vencer ciertas creencias, verlo “como un campo de conocimientos organizados que puede ayudarnos a interpretar el pasado, la realidad presente y a nosotros mismos” (p, 30) estas afirmaciones de Hernández, también son claves para construir nuevas narrativas y nuevos usos que se le deben y pueden dar a la educación en artes, los tiempos son distintos y requiere lecturas distintas, y generar símbolos semánticos diversos frente a los mismos. Hernández (1997) afirma “estos cambios nos recuerdan que ni el contexto ni las finalidades de la educación en general y de la educación artística en particular son las mismas en cada época y bajo cada denominación” (p, 32)

La educación artística no son manualidades como lo indica María Acaso, y esta premisa es parte de los espacios que se requieren y necesitan ir abriendo en parte de la enseñanza en los contextos educativos; la enseñanza en artes visuales y la cultura visual. En un pequeño párrafo de la página web de esta investigadora, subraya unas palabras que sirven como un puente para tratar de entender ese complejo espacio discursivo que tienen a favor o en contra de la cultura de masas “...ha de acercar a la escuela aquellos discursos visuales que no son accesibles pero que son necesarios (Acaso María, María Acaso educación disruptiva +

educación artística, 2017) entonces es parte necesaria de la educación en artes ir generando y construyendo comprensiones, narrativas, lecturas del arte pop, del arte popular de masas. Imanol Aguirre y Fernando Hernández, nos muestran unos Modelos investigativos que permiten ir abordando aspectos que necesita la arte educación, para conformar aspectos creativos de lectura y conformación de nuevas culturas visuales.

La racionalidad comunicativa que plantea Fernando Hernández, es junto al modelo de educación artística y cultura visual Imanol Aguirre la que permite ver la importancia de leer la carga visual de la contemporaneidad.



Izquierda: Ilustración de La crítica de arte Avelina Lesper opositora al arte de masas Derecha: pintura pop de ella como vendedora de supermercado. @dfloresrubio estén chiditas Dijo que tengo cara de #avelinalesper. Share 250 14. null.

Entender la educación en artes y leer la cultura de masas, posibilita poder conocer las implicaciones que estas tienen en la cultura visual, para ello los aportes que hace Imanol Aguirre y Fernando Hernández, permite mirar una especie de orientaciones que permiten construir y direccionar hacia donde intento llegar con estas búsquedas: El modelo cultural de Imanol Aguirre sirve para construir una serie de posibilidades a las cuales está abierto el estudio de la cultura de masas entendiendo su aplicabilidad y su necesidad para entender los efectos del *Mass Media* dentro del aula de clases. Si se entiende el arte como hecho cultural Imanol Aguirre (2006) afirma “las artes han dejado de ser vistas como un tipo singular de actividad humana, para ser concebidas como un hecho cultural en interacción con otros hechos culturales” (p, 7) entonces esto implica ver la interdisciplinariedad

que se encuentra en la construcción de la visualidad y las cosas que se pueden tomar del *Mass Media* y sus efectos en la comprensión de lo cultural. Si miramos el hecho y el efecto que generan los movimientos musicales por ejemplo del rock y el pop, es posible entender que no es gratis la asimilación de estas estéticas en las personas.

En los años 80 el efecto de la cantante Madonna asimilo y trasmitió una imagen que ella denomina la chica material. Este efecto sirvió para que en su momento se le considerara como nocivo para las jóvenes de aquella época por el mensaje de cosificación sexual que transmitía. Este ejemplo permite ver una idea o mensaje que dentro del *Mass Media* se intenta vender, se envía un ideal a un público consumidor, que genera una identidad con la artista. Una década y media después surgen cantantes pop influenciadas por ella con la misma temática erótica que se representa en la cantante pop y en sus letras al intentar definir de manera irreal qué es lo que en realidad busca una mujer adolescente del común. Britney Spears, Cristina Aguilera y demás productos de adolescencia. Sin ir más lejos y hasta la actualidad, el reggaetón es un ejemplo claro de la búsqueda del fenómeno pop. La carga sexual de las letras, la búsqueda de poder por medio del dinero, las marcas de moda, la diversión y el exceso, etc. Es posible que lo buscaba Madonna, repercuta en lo que los demás iconos también desean en este momento (el ideal modelo norteamericano). Ahora esto iconos dentro del más media y el arte de cultura de masas viene con una interpretación meramente visual sin la reflexión de por medio.

Imanol Aguirre nos conduce a tener presente por medio de Fernando Hernández unas orientaciones posibles para el estudio de la cultura visual; que también viene a ser necesario integrar en una planeación de clases y formular preguntas que busquen solucionar o tratar de entender sus efectos en el espacio de clase.

Imanol Aguirre (2006) habla de Fernando Hernández, indicando qué se puede comprender con el enfoque en cultura visual:

- Tener en cuenta que en las imágenes hay más de lo que vemos: lo que nos lleva a realizar investigaciones sobre los discursos que median en las imágenes.
- Explorar cómo las imágenes favorecen visiones sobre el mundo y sobre nosotros.
- Investigar sobre tematizaciones de imágenes que permiten explorar los discursos que emergen.
- Elaborar imágenes (por procedimientos diversos) como formas como respuestas formas de diálogo a las imágenes existentes. (p,10)

Con estos ejemplos, la manera que se puede abordar el fenómeno de arte masivo, implica una variedad de posibilidades. En el ejemplo anterior sobre la lectura que se ofreció del fenómeno de *material girl* de Madonna, la lectura en el aula que se ¿podría usar es ¿Qué opinan las estudiantes sobre el erotismo femenino, que ofrecen las artistas de *Mass Media*? La pregunta no viene sola sin la reflexión que se podría dar íntimamente en la labor docente. ¿Es acaso el fenómeno Madonna un impulsador para la sexualidad en jóvenes? Este es solo parte de la construcción e investigación que se debe realizar para poder aproximarse a entender lo que Fernando Hernández indica sobre la racionalidad comunicativa, como ese espacio para leer y entender a fondo la cultura visual. Fernando Hernández (1997) “la racionalidad comunicativa, considera que si vivimos en una cultura dominada por la imagen es importante que los niños y las niñas aprendan a leer y producir imágenes” (p, 39)

Desde la reflexión filosófica que el docente se haga, desde la pregunta se puede construir y desmenuzar el mensaje de un icono de la cultura popular, estudiarlo desde los aspectos más insignificantes pero que contienen una gran relevancia. Es así como lo considera los estudios culturales que investiga el la influencia que tienen las “insignificancias” o aquello que no tiene mucha relevancia en la vida cotidiana pero que si transforma la realidad de las personas.

Si Imanol Aguirre nos habla de Hernández (1997) y este nos indica “explorar y distinguir el papel de las diferencias culturales y sociales a la hora de construir maneras de ver y de elaborar interpretaciones sobre las imágenes” (p,10) podemos también comprender una serie de ideas por ejemplo cuando se citó la explicación de cosificación de la mujer en el reggaetón que idea cultural o intercultural se puede leer, desde la apreciación de que es la mujer en países como puerto rico, la mujer clase baja o también las ambivalencias que los videos suscitan. Karol G cantante de reggaetón, en su video *ahora me llama* aparece en escena, en un sofá, en una posición de autonomía y poder e indica que ahora ella *quiere vivir la vida y solo le interesan los mejores tragos y la ropa traída de Dubái*. En esa lectura de las diferencias culturales que habla Hernández, podemos entender y explicar bajo la reflexión si el empoderamiento, de una mujer, se hace bajo la ropa y los lujos como lo indica el video, o que también se sustenta bajo imaginarios que propician desigualdades en donde las mujeres occidentales se muestran empoderadas bajo la riqueza pero en los Emiratos Árabes los derechos de las mujeres están minimizados por el patriarcalismo musulmán.

## 5. DISEÑO METODOLÓGICO

### 5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación busca entender la relación que se genera dentro de la obra de cuatro artistas entrevistados y el arte de cultura de masas, la cultura visual, la educación en artes, la crítica cultural. Se busca entender cuál es su posición frente a estos campos de estudio y lo que han construido en su relación con su obra y las distintas maneras de abordar su trabajo. Parte del ejercicio de este trabajo es entender las maneras personales, políticas y creativas, sensibles que llevaron a estos artistas optar por desarrollar un estilo en el campo del arte de masas.

Para llevar a cabo la investigación, se utilizará un enfoque metodológico, basado en la crítica cultural, investigación que intentan dirigirse por una línea que trae consigo una dimensión auto reflexiva y una dimensión contextual. Como indica Saukko (2012) afirma: “tres valideces o programas metodológicos en los estudios culturales y crítica cultural en un marco integrado” (p, 316) los cuales son una propuesta que abordan un marco metodológico, integrador y en él hay diferentes compromisos y paradigmas de metodología y filosóficos. Con esto se busca construir un marco, que trabaje desde los crítica cultural, la pedagogía en artes y la cultura visual enfocándolos en una práctica reflexiva social en la que interactúan la teoría y la práctica con miras a establecer cambios apropiados en la situación estudiada, y generar un puente entre la pedagogía crítica. Esta investigación tiene un enfoque cualitativo hermenéutico y la metodología es la crítica cultural que apoya en parámetros en este caso Susan Sontag y otros autores como referentes que analizan la cultura.

El proceso de investigación, es a través diferentes herramientas de la investigación cualitativa, lo que busco es beneficiar el desarrollo de lenguajes, narrativas, la expansión de mi pregunta, y resolver problemas.

## 5.2 DISEÑO DE INVESTIGACION

Para este proyecto se ha tomado diferentes tipos de maneras para realizar la investigación tomando en cuenta que abarca diferentes modos y de posibilidades de obtener la información, de caracterizar datos que posibilitan el desarrollo del proyecto investigativo. Los principales, tipos de investigación que se utilizaran son los siguientes:

- INVESTIGACION DE CAMPO: se obtiene la información a partir de datos directamente en la realidad, en el la entrevista directamente a los conocedores e investigadores del campo, artistas del ámbito tomando como herramientas el diario de campo para recolección de la información. Se toma información de personas del ámbito académico de las ciencias sociales, también artistas del ámbito del arte de consumo.

## 5.3 POBLACION DE MUESTRA

La población serán 4 artistas colombianos, de ciudades como Bogotá, Medellín. Santa Putricia del divino coño aborda, lo religioso, lo místico pero también lo sexual; parte de su trabajo también se centra para abordar el *Camp* desde la teoría *Queer*. También artistas que ha tomado el *pop* como arte, y artistas que han construido su obra tomando elementos de la cultura de masas. Laura Ruiz, artista plástico, pintor, reconocido por su resemantización de los iconos populares y utilizándolos con una paradoja de la realidad a su percepción de artista, Paola Rojas realizado su obra ubicándose en un plano de la fotografía con tintes kitsch. También parte de la población de muestra es investigadores, docentes, científicos en el campo de las ciencias sociales, la sociología, la pedagogía, los estudios de género y los estudios culturales con los que se busca entender el peso social de la cultura de masas. Santiago Valderrama Leóngomez, docente y realizador audiovisual, maestría en estudios culturales, Jai Alanis Bello, docente, socióloga e investigadora en estudios de género. Con Sus opiniones e investigaciones, sus consideraciones frente al arte y la pedagogía. Se tiene identificado cuatro investigadores del campo de las ciencias sociales y cada uno abarca un campo de

estudio que tiene que ver con los aspectos del estudio de las personas en el ámbito de lo social, la investigación en estética y otras construcciones del campo académico.

#### 5.4 METODOS DE OBSERVACIÓN:

- La observación directa permite conocer los hechos precisos, en donde el contacto con artistas, investigadores y docentes permite generar una observación y participación que amplía, la opinión directa con los conocimientos de las personas. Permite conocer los hechos, la toma de notas clarifica las opiniones y conceptos que desarrollan las personas a las que se entrevista.
- Objeto de la investigación  
Se desea observar a personas que en diferentes campos han permitido desarrollar conocimientos estéticos y de ciencia social que contribuyen a desarrollar aspectos dentro del campo de investigación de los fenómenos de arte de cultura de masas, la pedagogía, la estética. Conocer sus trabajos, en cada campo de conocimiento posibilita responder a los objetivos que se plantean en esta investigación. En el campo del arte de cultura de masas, el conocer los aportes de los artistas directamente en su campo estético, y su opinión frente a la construcción de su sensibilidad, sirve para posibilitar parte de las conclusiones de esta investigación. Las opiniones de científicos sociales son el camino para ir construyendo soluciones que aportan al campo pedagógico que vienen desde diferentes miradas como la sociología, los estudios de género, la pedagogía crítica y los estudios culturales.
- Objetivo de La observación  
Con población de artistas como fotógrafos, pintores, ilustradores y performers *Drag Camp* busca entender por medio de su hibridación estética, estilos, sensibilidades, por qué se genera una sensibilidad visual con características alimentadas desde los fenómenos de cultura de masas, como lo son el *Pop Art*, *Kitsch*, *Camp*, *Lowbrow*.

También la investigación se centra en comprender artistas contemporáneos que han basado su trabajo plástico alimentados de todas las referencias que se producen en la sociedad capitalista que construye referentes o modelos visuales, estéticos y escultóricos, así como entender sus puntos de vista frente la educación, la cultura visual la estética y la cultura popular. Esta misma técnica se empleara para indagar, entrar en dialogo con docentes en el campo de la pedagogía critica, saber sus opiniones y saberes, el análisis que tienen frente la educación, el capitalismo, *Los Mass Media*, la cultura popular, etc. Este dialogo busca solucionar la pregunta y los objetivos que tienen este proyecto de investigación, generar un propósito para abarcar desde diferentes perspectivas la pertinencia de educar, construir lenguajes, narrativas, discursos novedosos a partir del fenómeno estético de la masa.

## 5.5 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Para la recolección de la información se utilizaron instrumentos propios de la investigación cualitativa, como son:

Diario de campo: Voy a investigar en el contexto en donde me encuentro, realizando una observación general y detallada de los lugares, allí tendré inscrito fecha y el día de la observación. Voy a escribir como es el lugar, lo que ocurre y otros aspectos que son significativos, después iré detallando las observaciones conforme al estudio para no anotar cosas vanas y superfluas.

La estructura de mi diario estará dividida en 2 columnas en una ira la descripción de los eventos, sucesos, y cosas que van pasando sin poner interpretaciones solo describir. La segunda columna tendrá la interpretación de esos hechos, cabe aclarar que en estas columnas solo ira lo referente a los sucesos que se den en la actividad propuesta pues quiero ver lo que mi pregunta, y objetivos desean averiguar.

Las demás anotaciones las describiré como notas de campo.

- Conversaciones informales: Hare unas conversaciones informales en donde íntimamente charlemos con cada artista para saber su experiencia frente a su trabajo tendrá unas preguntas puntuales, de corte artístico y educativo.
- La entrevista: es una técnica que permite conocer, comprender, entablar una conversación más puntual con preguntas que cierran la búsqueda concreta de los fines y el direccionamiento hacia dónde va la investigación
- Usará otros instrumentos de registro como fotografías, y video, grabaciones de voz. Material bibliográfico que abarca desde la literatura, las películas, el video performes y musicales que contribuyen a la investigación.

## 5.6. TECNICAS DE PROCEDIMEITNO Y ANALISIS DE DATOS

Transcripción de las entrevistas junto con las interpretaciones de diarios de campo, análisis de la información y tabulaciones de la información. Se realizó unas matrices que permitieron generar unas comparaciones en donde se ubica tanto los discursos de los artistas entrevistados así como el análisis que se ha realizado de sus obras.

## 5.7 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

Para este proyecto investigativo se necesita un tiempo de seis meses para recolectar y analizar la información. El tiempo está distribuido con la intención de poder contactar a los diferentes participantes del proyecto que se encuentran distribuidos en diferentes partes geográficas del país, para esto se utilizaran los diferentes canales de comunicación que permiten acercar y transmitir la información. El material impreso para entrevistas, y las cámaras para poder obtener el pertinente modo visual de calidad para comodidad y acercamiento propicio.

## 5.8. Recursos Necesarios

Recursos Materiales: grabadora de sonido, grabadora de video, cámara fotografía, bolígrafo, cuaderno de notas.

## 6. CAPITULO INTERPRETATIVO

*Nota: Para este apartado se dejaron las transcripciones de las entrevistas, tal cual como hablan los artistas, con sus modismos, jerga y forma de expresión.*

El arte de masas tiene diferentes percepciones y maneras de crearse, la atracción que se tiene sobre este varía en los artistas que muestran su trabajo creativo desde diferentes ópticas y sensibilidades que tienen. El arte de masas es un pedazo significativo de la era industrial, de la actual era empresarial y de esa extraña disputa entre el pasado y el futuro, la cultura y lo natural, lo ancestral y lo moderno. Diferentes artistas emergentes que se influyen de la cultura de masas intentan mostrar lo que hacen para el mundo; desde ciudades como Bogotá o Medellín estos artistas buscan contar su sensibilidad, su trabajo, y la manera en que entienden el mundo.

Para tal fin y como se anunció en la metodología esta investigación se realizaron entrevistas a cuatro artistas emergentes de Bogotá y Medellín que se influyen de la cultura de masas y generan producción plástica, se les pregunta con el fin de entender cuáles son sus percepciones sobre el arte de cultura de masas, la cultura visual y la educación en artes. Hablando y entendiendo esto se viene a comprender los diferentes puntos de vista que tienen y nos quieren narrar estos artistas colombianos frente a su producción plástica, las posibilidades que tienen para ellos narrar desde *el Arte Pop, el Kitsch y el Camp* las maneras en que entienden y comprenden su realidad.

Para tal fin, y como se enunció en la metodología, se realizaron unas entrevistas en las que se averiguo la opinión de estos artistas frente al arte de cultura de masas, su percepción frente a la cultura visual y la educación, se elaboraron una serie de preguntas indagando por los intereses que motivan, su percepción del *Arte Pop, el Kitsch, Lowbrow y el Camp* y cómo este influye en la educación. Las preguntas que se usaron fueron: ¿Cómo construye su obra y su relación frente el arte de cultura de masas? ¿Cómo denominas tu estilo artístico? Considera que su obra se encuentra dentro del movimiento del *Arte Pop, Kitsch o Camp*? ¿Cómo

usted y su obra se relacionan con la cultura visual? ¿Qué aportes crees que le dan tu obra a la educación artística visual? Por cuestiones de tiempo de la misma movilidad y disponibilidad de los artistas abordados, Estas preguntas se realizaron vía whatsapp y solo una artista posibilitó realizarla vía presencial y allí se pudo generar un contacto más cercano y fluido en donde se realizó una conversación más amena y directa. Para el análisis de estas entrevistas se diseñó una tabla en donde se muestra la opinión de cada artista y al lado el análisis que estos dejan en el investigador para así poder evidenciar cuáles son los criterios personales y cuáles son las interpretaciones que da el entrevistador.

Estas entrevistas fueron diseñadas para comprender desde diferentes opiniones en qué se narra el arte de cultura de masas, porque puede ser adorado por muchos y detestado por otros. Es un conjunto de estéticas que pueden resultar para algunos una apología al capitalismo y que hay que llegar a comprender desde la educación en artes, desde la lectura de la cultura visual, la especulación económica, “la falta de cultura” y la libertad de expresión. Entender la industria del arte, el arte o las estéticas que llegan hacer vendidas por los *Mass Media* es indispensable dentro del estudio de la educación y los artistas que entrevisto en esta investigación lo que me permite tratar de comprender esa extraña rivalidad que existe entre la alta cultura y la baja cultura. En palabras de Susan Sontag quien fue la que más intento buscar ese puente que hay entre Europa y Estados Unidos, el segundo claramente el país que adoptó esta estética como un producto icónico que a los días de hoy se mantiene revitalizado por los *Mass Media*. La tecnología y las nuevas experimentaciones que hay, como mencionaba anteriormente la industria del arte o por lo menos del arte pop o sus vertientes que entran en el arte de cultura de masas (aunque no hay nada que en la actualidad no este mediado por una industria, que rija con poder económico y de transacción de una industria económica).

Artistas como Laura Ruiz o Fausto Carlota quienes han podido exponer juntos y cada uno con una mirada propia que les permite entender qué es eso que tanto les apasiona de géneros que ellos manejan como el pop art, el surrealismo pop y

que entra dentro de esos contextos vivenciales que les han podido influir notoriamente, Paola Rojas publicista y fotógrafa que ha podido construir desde su propia mirada como puede usar lo *Mass Media* desde dos puntos de trabajo. Su proyecto personal, su trabajo como artista pero también sus creaciones para industrias como Nike, le da un poco de pop a una industria que de por sí ya es un referente pop. Y por su parte Santa Putricia del divino coño que resemantiza desde lo *Queer* lo que expone los *Mass Media*.

Paola Rojas: es publicista y fotógrafa empírica que ha desarrollado un trabajo que en su comienzo ha buscado entender su posición como mujer dentro de la sociedad. Problematiza desde diferentes maneras en que trabaja el color, los elementos populares y las maneras típicas en las que se nombra una mujer en la cultura popular, para darle forma a su trabajo. Ha podido exponer en diferentes partes del mundo como Madrid, Corea, México -y en museos y galerías de Colombia.

## 6.1 ARTE DE CULTURA DE MASAS

La temática que narra cada uno en su trabajo plástico nos sitúa en diversos diálogos, en diferentes formas en que se puede narrar el arte pop y salir del sesgo que puede tener la impronta de Andy Warhol o algunos artistas de este movimiento por ejemplo en Norteamérica. Desde el contexto colombiano se ha entendido esa proximidad cultural que es el arte pop y la mezcla que permite generar narrativas diversas al “mercantilismo” que pareciera nos muestran algunos pintores dentro del movimiento pop norteamericano. Podremos ver que desde artistas como Laura Ruiz, problematiza el humor más allá de la simple ironía que artistas pop como Jeff Koons que muestra en sus obras, ejemplo de ello Rabbits o su porcelana de Michael Jackson and Bubbles de la serie banality; en la obra de Laura se busca el absurdo, ese panorama pintoresco de las figuras de la televisión o de las figuras políticas para así poder problematizar el rol en el que vemos a diferentes personajes. Se contrapone con su obra a artistas pop como el mismo Koons, un artista que le gusta a Laura y que a diferencia su trabajo está cargado de un “capitalismo avanzado o tardío” como lo denomina F. Jameson, ese

capitalismo especulativo y financiero que nos sería por producción empresarial de algún bien y servicio sino que da alguna predicción a valores financieros, de tal forma que intenta predecir el valor de las cosas, de cómo se debe invertir el dinero y le otorga poder económico a bienes y servicios no tangibles. Según Irina Vaskes (2012) citando Jamenson “lo tardío no significa el fracaso y la muerte del sistema capitalista, sino su tercera fase que llega a reemplazar a las viejas etapas, la fase del monopolio y la fase imperialista, y que transmite la sensación de que algo ha cambiado y que hemos sufrido una transformación del mundo”. (p, 15) en lo que se refiere a esta sensación es parte del cambio del mundo con los paradigmas tecnológicos, la acumulación de riqueza, la transformación de valores por los monetarios.

Dice Laura Ruiz: A mí me interesa mucho el humor, el humor como en mis piezas; me parece muy importante a la hora de hacer algo, no reírse exactamente sino como identificarse tanto como le parezca absurdo.

Por tanto el absurdo es aquello carente de lógica, aquello que genera una contradicción discursiva, esa falta de conexión o sintonía que se genera muchas veces dentro del discurso y la práctica. En las diferentes pinturas que hace Laura se puede evidenciar eso, desde los personajes políticos que aparecen en ellos hasta de las figuras de la cultura, el intelecto, o la vida de fama; los personajes que ella aborda están problematizados en situaciones irracionales, extravagantes que hacen que ponga en otro plano los discursos de las personas.

Digamos si tu vez un cuadro de los que yo he hecho Puedes ver que son situaciones como muy raras como medio absurdas que pareciera como una burla también. Ruiz, L. (2019, Mayo 15). Recuperado de whatsapp

La forma en que problematiza los personajes públicos es la manera política en que lo hace Beatriz Gonzales una clara influencia para Laura afirma que la influencia, y este aspecto es necesario entender y recordar por la manera en que se asemejan las obras, en el sentido de las conexiones intelectuales que generan estas dos artistas.

Siguiendo como esa línea de ideas, yo creo que una influencia mía podría ser Beatriz Gonzales que es mi pintora colombiana *pop* y creo que en el caso de ella también se podría eso que es lo que más siento, es como me influye es como agarra esas imágenes, imágenes como de los medios, medios masivos que son a veces muy tenaces, muy fuertes. Lo que ella hace es que por medio de la pintura y por medio del color, como suavizar la cosa y hacerlo un poco más dirigible, entonces yo creo que me gusta mucho, para mí es muy importante.

El punto de vista que maneja la artista Laura Ruiz, es muy pertinente para entender cómo diferentes artistas tratan de generar narraciones visuales que van más allá del convencionalismo del arte pop. Ella traslada desde su imaginación al contexto actual nuevas maneras de entender lo que pasa en la sociedad como en su momento lo hizo Beatriz Gonzales, con muchas de sus obras. En el caso de Laura, también lo hace un ejemplo el de poner a Brigitte Batiste como “Chica Aguila” que problematiza lo que es esta mujer trans dentro del discurso transfeminista y lo que representa ella en el juego del género como forma de representar qué es una mujer. Laura juega con esa ironía, ese trabajo que implica incomodar un poco lo que ya se da por sentado dentro de algunos personajes de la vida pública del país.

Dentro de lo popular cabe destacar que para esta artista todo lo que la vida cotidiana del contexto colombiano le permite apropiarse y utilizar como fuente de creación es lo que en sí hace que el arte pop sea ese movimiento que no escatima en tomar cosas de la realidad, las cosas que podrían ser banales pero que dentro de la creación artística sirven para generar discursos visuales que hablen de lo que estos artistas sienten, esa atracción o prendamiento (termino de Katia Mandoki) hacia lo que no tiene relevancia dentro de la alta cultura.

Yo creo que algo muy importante como es mi proceso es como el observar ciertas cosas, que yo siento que son muy importantes de la cultura, de la cultura colombiana como digamos cosas como la televisión, las telenovelas, la música, la arquitectura como la indumentaria cosas así como que una las puede identificar y uno ya sabe que son de acá.

Esta fascinación que se tiene por aquellas visualidades que no entran dentro del discurso hegemónico en donde la alta cultura se ubica en un papel de miedo por la corrupción de valores que tiene lo popular, sobre todo porque está ubicado en un lugar donde ese provincialismo que no permite el desarrollo de los valores, eso valores del intelectualismo europeo. Pero que no atiende a las necesidades intelectuales y de curiosidad de muchas personas, que sienten ese gusto por entender estas sensibilidades de la vida diaria.

Yo estoy trabajando para mi proyecto de grado como el tema de la estética del nuevo rico o narco estética pero enfocado más hacia el nuevo rico, no tanto narco sino nuevo rico y yo siento que muchas veces este tipo de representaciones, de estéticas son como, el arte dice como que le tiene mucho prejuicio a ese tipo de estéticas porque son como muy “lobas”

Yo decía como quería trabajar ese proyecto y me decían porque quería trabajar eso y que yo era muy prejuiciosa por ese tema sino que a mí me interesaba en verdad como ese tipo de estéticas.

Desde su realidad habitual y popular cada se genera un aprendizaje visual que permite una sensibilidad, que el contexto brinda y esto permite desarrollar procesos creativos desde la autonomía. Desde las visualidad que los acompaña en la niñez y es por medio de los programas de televisión que se busca interactuar con el entretenimiento el mundo. Esa forma suave con la que nos regalan el mundo desde pequeño los programas de televisión y son en parte a las caricaturas, las que nos muestran la manera imaginativa que puede ser otra realidad. En el caso de Fausto Carlotta es un ejemplo de esos artistas jóvenes que siempre han tenido un gusto desde su infancia por los dibujos animados y como estos marcaron lo que él quería realizar en el momento en que escogió el arte como forma expresiva.

Pues digamos que las corrientes para mi más significativas sin decir que puntualmente que estoy metido ahí. El *Bad Painting* y el *Lowbrow* (surrealismo pop) siempre han sido cosas que han estado metidas como más allá dentro de

hacer una pintura que se entienda como *Bad Painting* sino todo eso que carga mi infancia estuvo mi generación estuvo con muchas caricaturas, Colombia fue un mierdero con la violencia cosas que están muy arraigadas que toman como muy el *Lowbrow*, como te decía nació en los Ángeles pero tiene mucho que ver. Yo veía Cartoon Network, yo veía si contenidos que venían de allá, no había otra cosa.

*El Surrealismo Pop o Lowbrow* se enmarca dentro de esta categoría de lo visual que nos brinda la televisión con las caricaturas, los *Cartoons* y que dentro de la cultura se ha vuelto representaciones de las ilustraciones y ha permitido crear desde muchas imágenes recicladas del mundo del consumo, otras formas de contar desde la imaginación los problemas sociales o de la vida misma que es el caso de Fausto que ha decidido generar esos cuestionamientos a la vida misma pero planteándose desde diversas partes como se aborda temas de su contexto, en este caso la sexualidad en el barrio Santa Fe, la prostitución como forma de trabajo; el deseo, la sexualidad misma.

Yo si considero que tengo una visión muy pop de lo que hago, no me intereso, no estoy diciendo eso. Osea yo no me intereso por el mundo más allá del mierdero que hay aca afuera, siento que de alguna manera como que resume todo lo que vivimos.

Yo si considero que me influencia pero no estoy enmarcado

Eso es lo que me interesa como *el Bag Painting* como el *Lowbrow* que de alguna manera lo que se entiende como arte, como a la pieza no le dan el valor. Una pieza *Lowbrow* debe ser muy costosa, yo creo que ese valor es mucho más como si fuera parte de uno.

Desde su trabajo personal sí hay un contacto con el arte de cultura de masas, y entiende el valor mercantil que este tiene dentro de distintas esferas de la vida para sí mismo. Entiende ese valor personal, incluso más allá del mercantilista, tiene esa apropiación personal que incluso supera la de Andy Warhol que tenía predilección por el amor al dinero que a su propia obra. No olvidemos ese famosa

frase de Warhol “el arte es cualquier cosa que le permita salirse con la suya” pero que en el caso de Fausto su pop es mucho más allá, es un trabajo de entrega y amor por entender la vida que lo rodea.

Fausto Carlotta: Mi familia nunca problematizo a Andy Warhol no le intereso nunca, ni siquiera el arte colombiano y bueno lo que hay ahí y lo más cercano en relación a las manifestaciones artísticas será lo que tú dices, lo kitsch si en un lugar donde hubiera un divino niño en una santería. Los dibujos animados no había otro valor estético más que el del valor estético más que el de la televisión o esa figura puntualmente de dibujos animados.

Estéticamente *el Lowbrow* es una manera de acercarnos a la ilustración a lo animado, es aquello que dentro de lo educativo no se analiza, o al menos no se ha hecho. Posiblemente el dibujo técnico del colegio es una simple aproximación a eso de la alta cultura. Pero *el Lowbrow* es una imperfección estética, visualmente es diferente a los cánones de belleza del dibujo tradicional. Se alimenta de la vida, no de la vida añorada desde las preguntas algo metafísicas del arte tradicional. Cuando Fausto menciona que lo más cercano al arte fueron las caricaturas, es la apreciación del dibujo que veía, y el mensaje que transmitía, pero sin análisis de cultura visual. Tom y Jerry no era algo que se le problematice a una infancia pero se percibía los trazos del gato, el ratón vencedor frente al gato mimado y no problematizaba el caso de la trabajadora de servicio que era negra. Que no era un análisis que se pudiera dar del concepto de raza, y mucho menos se entendía que para ese tiempo existían fuertes sesgos racistas que quedaban en la televisión de estos unidos, aunque los derechos civiles ya habían transformado el panorama para la población negra, los dibujos animados, las películas y series eran un documento para evidenciar lo que paso en momentos posteriores. Pero esos *Cartoons* en la actualidad parecen que intentan vencer los estereotipos de género, raciales, de clase que se manifestaban en aquellas caricaturas de los años 70s, 80s y demás.

Artistas como Paola Rojas son también una muestra de las maneras que una artista realiza arte pop, arte de cultura de masas. Desde sus preguntas del género,

de cómo se percibe como mujer ha realizado un trabajo fotográfico que ha sido reconocido dentro del ambiente artístico por embellecer objetos que dentro de la elite artística posiblemente no tendría valor estético pero dentro de su mirada y fascinación por lo popular son para trabajar y evocar cosas que pueden contar nuevas historias visuales.



Imagen tomada de periódico el País. Escultura de Jeff Koons rechazó además con acusaciones de que su trabajo representa un "arte industrial, espectacular y especulativo", como sostuvieron en una carta conjunta un grupo de artistas e intelectuales franceses que se opusieron a que su obra fuera instalada frente al Palacio de Tokio.

Bueno obviamente a nivel ya de obra si tiene una relación pues mis insumos lo que yo te digo de mis recursos pues vienen de la cultura de masas, eso es con lo que yo me identifico entonces o por lo menos en el contexto que yo vivo y tanto tiempo siendo publicista o estudiando publicidad o ejerciendo publicidad pues claramente a uno le queda como el asunto por ejemplo de la cultura popular es el hecho de que yo viva en un barrio popular por ejemplo hace que yo tenga exceso de elementos del objeto como tal sea el objeto popular, el hecho de que yo no vaya a tantas galerías de arte por ejemplo me permeo más de lo que veo que es la cultura de masas.

Katia Mandoki que ha estudiado la estética de lo cotidiano, narra desde su investigación como ha sido esa conexión que existe entre artilugios de la vida común y las personas, algo casi esotérico dentro de esa unión y fascinación que existe por las cosas de uso diario. Este es el caso de Paola que tiene ese enamoramiento visual por cosas que están a la "mano" en el sector en donde habita, desde la percepción que le producen las casas, los artículos de barrio y

que transforma gracias a su visión publicista que consta de entender porque tienen para ella más poder visual y creativo que el arte de elite, y le permite reflexionar de manera plástica y visual frente a preguntas que se le generen. En el caso de Paola el objeto encontrado, o comprado de lugares populares tienen un significado porque valida el contexto y lo separa de otros lugares donde no se podrían encontrar. Aquí se entendería que separaría de clase social los objetos que tienen una elaboración de tipo industrial y de coste bajo frente a cosas de alto valor que designa una clase social alta a una popular.

Paola Rojas: En relación con el arte de cultura de masas, bueno yo soy publicista, entonces yo no estudie fotografía nada de eso, entonces digamos que obviamente aunque mi trabajo como tu decías es muy sensible y todo pues yo tengo un filtro y es el filtro publicitario por más que yo intente, osea yo ejercí publicidad y todo eso, hice contenidos para marcas y empecé hacer fotografías ya de manera profesional y obviamente ya me habían quedado esos rezagos como construir la imagen a partir de no sé el objetivo final es que las masas lo entiendan, es como mi objetivo.

En su libro estética de lo cotidiano Mandoki da sentido a cierto gusto por las cosas del común y que hacemos tan nuestras, cosas que les damos un enorme valor emocional que nos producen un goce casi estético. Un goce producido desde lo cognitivo y sentimental que permite tener un acercamiento esotérico, y gozoso frente a cosas del común. Los diferentes autores que han escrito sobre este tema que van desde Umberto Eco o la misma Mandoki tienen unas definiciones que implican un conjunto de ideas del porque se dan estos gustos por los objetos de producción industrial. En ellas se reúnen desde la apreciación de las formas, el color y el a “prendamiento” personal que le generan los individuos, caso el anime por ejemplo o los comics.

Bueno obviamente a nivel ya de obra si tiene una relación pues mis insumos lo que yo te digo de mis recursos pues vienen de la cultura de masas, eso es con lo que yo me identifico entonces o por lo menos en el contexto que yo vivo y tanto tiempo siendo publicista o estudiando publicidad o ejerciendo publicidad pues claramente a uno le queda como el asunto por ejemplo de la cultura popular es el

hecho de que yo viva en un barrio popular por ejemplo hace que yo tenga exceso de elementos del objeto como tal sea el objeto popular, el hecho de que yo no vaya a tantas galerías de arte por ejemplo me permeo más de lo que veo que es la cultura de masas.

Si observamos las figuras populares que identifican a Paola Rojas, uno sentiría que tanto el color que usa en las fotografías, como la idea de composición que usa permiten dar una idea de *Kitsch*, los mismos objetos que utiliza dan una sensación barrial, una identificación con lo cotidiano de un barrio popular. Productos de plástico, cauchos, imágenes que hablan del sector y demás objetos que entran dentro de la fabricación en serie que se encuentran en los sectores socio económicamente “inferiores” aunque Paola dice que no hace cosas *Kitsch*, que incluso no tiene nombre lo que hace. Su trabajo es más una práctica personal, empírica que implica descubrir porque nace este gusto para ella por este tipo de sensibilidad, ese solapamiento casi como mencionaba esotérico, mágico por artículos, objetos, suvenires de producción en masa y hacer una composición con ello.

Paola Rojas: si mi producción se encuentra dentro de estos estilos, creo que sí, pero lo que te digo son recortes pequeñitos de cosas, entonces eventualmente yo lo veo más como la cultura popular literal en Colombia como él lo que yo me inspiro y lo que termino haciendo cosas muy si se ve, porque una cosa es lo que uno habla como creador y otra cosa es la que uno termina comunicando pero si tu unes este asunto por ejemplo de la cultura popular que si es muy *Kitsch*, justamente la cultura popular en el objeto. Ir a San Victorino me la paso allá con los juguetes con lo que termino construyendo mi obra y si lo relacionamos justamente todas estas palabras de cómo entiende el colombiano su cuerpo y su identidad y el sexo también pues uno diría pues es muy *Kitsch* y pues creo que si ojala fuera *Camp* pero no alcanza a ser *Camp* jamás porque no tiene tanta complejidad aunque es extraño, no tiene tanta complejidad ni diseño de producción como del objeto es muy simple, es muy básico, grotesco si tú lo vez y llega a ser medio minimalista.

Este trabajo que realiza Paola, la búsqueda de los materiales recuerda mucho a Beatriz Gonzáles y su búsqueda de muebles en el pasaje Rivas en el centro de la ciudad de Bogotá, en el cual ella encuentra una fascinación por buscar antigüedades con las que disfruta mucho entender eso popular de diferentes décadas y unirlos a su obra. Desde diferentes puntos hay un enlace, digamos casi cósmico que hace que exista esa atracción por aquellas cosas del uso cotidiano y trabajarlas desde puntos plásticos y visuales para realizar diferentes obras que evoquen ese significado de trabajar con la realidad con la cultura de masas. Y al igual que el trabajo de Laura Ruiz son estas estéticas las que hacen preguntar al igual que Susan Sontag porque esa fuerte lucha entre el pasado y el futuro, las energías de la alta cultura con ciertas raíces de lo inculto donde también es vital y de mucha energía lo que se puede crear con ello, y sobre todo disfrutar si al final el mundo lo hacemos todos y todas. Con todo este conjunto de elementos que están a la orden del día; es eso que nos muestra Nadin Ospina en su trabajo y comunica ese pasado y presente y que en el caso de Paola Rojas es el mundo de preguntarse los estereotipos, las maneras en que se conforma el género y los resuelve o intenta problematizar con su trabajo fotográfico.

Santa Putricia: desde mi experiencia si siento o creo que hay una conexión entre el *Camp* y lo *Queer*, por ejemplo me parece que desde las formas, el modismo o comportamientos de las travestis, *Drags*, las mariconas (así como yo), las plumas, las bolleras, todas están identificadas, alejadas de la heteronormalidad somos nuestras vivas del *Camp*, lo llevamos y lo vivimos a través de nuestras poses, la exageración.

De los derivados del arte de cultura de masas encontramos el *Camp*, muy representado por los movimientos *LGBTI* pero sobre todo desde aquellas personas identificadas con cierto “amaneramiento” en un sentido de la extravagancia y gusto por la exageración y Santa Putricia narra desde su experiencia trans la diversidad y posición política el poder estético con el que aborda esta forma de expresión. La manera en que aborda políticamente la identidad de género y es esta estética la que representa mayormente las luchas

de estos movimientos porque han sido el punto de encuentro para muchas personas que han sido relegadas socialmente por su sexualidad e identidad de género.

Santa Putricia: Nosotras somos muestras vivas del *Camp*, hemos sido o nos convertimos en lo que muchas personas identifican con lo popular, pero que entienden lo popular como lo bajo, lo marginado y de allí es también donde tomamos todas nuestras referencias para manifestarnos y decir que acá estamos y que existimos.

Creo que el *Camp* es precisamente una forma de expresión desde lo popular, de todas aquellas imágenes que nos alimentan, para mí es importante estas expresiones, porque son las más cercanas a las personas, o lo que se conoce como las masas, que pueden estar cargadas de muchos significados y lecturas, pero no de la forma elitista que muchas veces el arte académico lleva o carga. Creo que es importante que se alimente de los fenómenos pop, precisamente eso que hace el *Camp*, aprender, alimentarse de todo esto.

Al igual que la fotógrafa Paola Rojas, Santa Putricia también narra su estética y como se ha permeado desde lo popular, lo barrial, lo bajo. Aquello que socialmente está entre la poca cultura, el “provincialismo” e incluso lo “abyecto” que se ve en la vida real, en donde la marginalidad, la exclusión resultan ser puntos de encuentro para la diferencia.

## 6.2 CULTURA VISUAL

Desde la cultura visual y la educación en artes, se intenta comprender la obra de estos cuatro artistas, principalmente porque desde la carencia de análisis del arte en cultura de masas no hay posiciones o intentos de abordar el tema desde las diferentes áreas en donde se puede abarcar el análisis. Observar por ejemplo la contraposición que ha tenido la obra que donó Jeff Koons en Francia, para las víctimas de los atentados terroristas en París, le ha suscitado un conjunto de críticas por parte de intelectuales que ven su obra arte industrial, espectacular y

especulativo". Marc Bassets (París 4 OCT 2019 - 22:28 CEST ) General Format de [https://elpais.com/cultura/2019/10/04/actualidad/1570199503\\_458438.html](https://elpais.com/cultura/2019/10/04/actualidad/1570199503_458438.html)

El diario el País escribió que su obra era polémica por estos adjetivos que apelan a la superficialidad del consumo y la industrialización, característicos de la obra de Jeff Koons y que además Las obras del artista estadounidense son objeto de polémica de forma recurrente, puesto que muchos las juzgan '*Kitsch*' y reveladoras de una mercantilización del arte contemporáneo.

Esta contraposición y lucha de ideas que entra todavía en la actualidad con el arte culto y el inculto sirve para entrar el análisis, que pareciera tiene una especie de temor a trabajar desde las artes desde la crítica positiva o negativa a este tipo de arte, y también la misma construcción de arte de cultura de masas desde el campo plástico en la escuela. Mejía (2010) afirma: actualmente, podemos notar cómo las imágenes “entran” a la escuela siempre y cuando tengan una utilidad pedagógica porque permiten fijar el sentido de las palabras en los métodos de lectura, o ilustrar moralmente. Por otro lado, desde el discurso de la educación se tiende a pensar que la cultura visual pervierte a los infantes y a los jóvenes: No hay más que pensar en lo que se ha hablado y se habla sobre la influencia nefasta de la televisión, y ahora de los videojuegos o Internet. (p, 42) desde este punto de vista que maneja la autora, pone esa oposición que tiene desde la cultura visual hacer una aceptación de las imágenes y los recursos artísticos desde un beneficio moral que pueden tener los estudiantes rechazando el mercantilismo que pueden ofrecerse pero que también indica ella, de los temores o juicios apriorísticos que pueden tener el no preferir integrar algunos recursos visuales por el sesgo mercantilista que se tiene en torno a las imágenes que nos muestran los *Mass Media* según el grupo de investigación *Praxis Visual* (2018) describen lo que autores como Acaso y Hernandez piensan sobre una de las funciones que tiene la cultura: es un conjunto o sistema de representaciones visuales que se manifiestan a través del lenguaje visual, poblando la cotidianidad, dotando de significado el mundo en el que viven las personas y ayudando a configurar su identidad (p, 29), lo que diría que las imágenes al hacer parte de la formación de las personas no

podrían dejar de usarse o reciclarse desde otros horizontes o usarlo en pro de las necesidades de las personas. Desde la cultura visual se pretende ir más allá de una opinión a favor o en contra sino que nos permite entender la manera en que se narran las imágenes en nuestros contextos, permite divisar desde unos horizontes de sentido la manera que construyen las imágenes, como permean en nuestra cognición como construyen subjetividad. *Praxis Visual* (2018) indica: Martínez (2011) considera que la cultura visual no es solo una cultura de imágenes, sino una forma de organización social de la percepción visual, es decir, que además de contemplar las imágenes que pueblan la cotidianidad, implica la configuración de un régimen visual en el que la realidad es construida y procesada a partir de parámetros visuales (p, 29). Que en este caso no es simplemente la manera como se cree que las imágenes se muestran inofensivamente, sino que la cultura necesita un análisis minucioso de la cultura y la influencia de la visualidad en todo el contexto donde se ubique, desde lo performático hasta lo psicológico.



Tienda de artículos pop, tomada de Google, anónimo.

Dentro de las diversas imágenes que nos ofrecen los *Mass Media*, entrarían imágenes televisivas, publicitarias, artistas de consumo, servicios de consumo habitual que estarían dentro de un profundo estudio para entenderlas desde la educación pues el mensaje que nos envían está direccionado en algunos casos a que las personas tomen decisiones en pro del producto que se vende. El estudio

que realiza la cultura visual es minucioso para poder entender los efectos que se generan en el mundo, poder ver los diversos factores que generan en los seres humanos acciones, intersecciones y precepciones del mundo Mirzoeff (2003) señala que “la cultura visual se interesa por los acontecimientos visuales en los que el consumidor busca la información, el significado o el placer es visto conectados con la tecnología visual. Entiendo por tecnología visual cualquier forma de aparato diseñado ya sea para ser observado o para aumentar la visión natural, desde la pintura al óleo hasta la televisión e Internet” (p. 19).

La crítica cultural desde la escuela sirve para entender los puntos a favor y en contra que ofrece los mensajes transmitidos por los *Mass Media*. En la cultura de masas es necesario poder analizar y poder construir desde diferentes aspectos analíticos discursos que sirvan en la escuela para poder ubicarse desde diferentes lugares para dar una crítica y conocimiento desde lo visual entendiendo lo que Buck (2005) engloba el concepto “visualidad” los estudios culturales visuales (ECV) son un intento por lograr una unión entre teoría y práctica pero también de un modo transdisciplinar, los estudios visuales se adentran en el campo de la negociación del tránsito de la hegemonía occidental hasta la construcción de una esfera globalmente publica y democrática (p, 146)



Tienda de artículos pop, tomada de Google, anónimo.

Esos aspectos serían aquellos en donde las personas puedan tener conciencia de las cosas que consumen y las educan y puedan decidir libremente sobre que imágenes pueden escoger libremente y permearse de sus efectos, también que otros aspectos de carácter artístico que ofrecen las imágenes pueden ser tratadas en casa, otorgándoles simplemente un valor desde la apreciación, los efectos cognitivos y sentimentales que le permitan crear significado y la creación que pueden brindar estas imágenes y como tratarlas nuevamente, reciclándolas y dando nuevos significados en el aula de clase. Lipovestky (2007) dice que la fuerza de las imágenes que contribuyen a levantar las grandes marcas no instituye un orden tiránico, sino el universo de las marcas estrella planetarias: la época del hiperconsumo coincide con el triunfo de la marca como moda y como mundo (p, 89).

El arte de consumo de masas no es inocente con las pretensiones de trabajar marcas o figuras del consumo para poder abordarlos desde perspectivas de creación que cada artista permite en su obra. Este ejemplo sirve para ser abordado desde diferentes visiones que se tengan en el aula de clase sin llegar a satanizar la manera en que se pueden crear piezas visuales o narraciones críticas pro o en contra de la educación que da esta hibridación artística mercantilista. Según Hernández (2007) la “finalidad educativa podría ser facilitar experiencias reflexivas críticas...experiencias que... permitan los estudiantes comprender cómo las imágenes influyen sus pensamientos, sus acciones, sus sentimientos y la imaginación de sus identidades e historias sociales” (, p.23).

Desde la pedagogía crítica y la crítica cultural en educación se puede ver como se intenta integrar esa manera en que la cultura, la sociedad, la economía y otras esferas de la vida permean en la educación, se intenta entender como holísticamente todos los aspectos que están en la vida diaria influyen en la manera que se nos educamos. Giroux, (2005), además “al centrarse en las dimensiones pedagógicas y políticas de la cultura, los educadores y defensores de los estudios culturales pueden interrogar los textos como una forma de etnografía que expande

el ámbito de la crítica de la ideología y de los encuentros...con las imágenes, símbolos, mitos y narraciones, así como los distintos sistemas de creencias” (p.3).

Es en este conjunto de ideas tan heterogéneas que confluyen en la cultura y la educación y que no están abiertas a revisarse críticamente hacen que formen discursos que son tomados como verdades únicas o unas racionalidades a las que Hernández (2003) denomina que la principal hacia los tipos de racionalidad diferentes a la cultura, es que parten de concepciones modernas del arte, de la estética y de la imagen, caracterizadas por tener aspiraciones universales estables e equivocadas (p, 15) La curaduría artística y educativa tiene que propiciar hacer un análisis detallado donde la crítica genere ese puente que conecte con las diferentes ideas que surgen dentro de este campo para así poder ir construyendo nuevos conocimientos que rompan con sesgos y maneras de desinformar o entender los sucesos de la cultura en la escuela.

Dentro de la cultura visual cada uno de estos artistas expuso su idea, su visión frente a cómo entiende como las imágenes educan al espectador, como sus propias imágenes son las que construyen una idea para las personas que las observan y como propician un entendimiento de la realidad, o la percepción que esta tenga de la realidad. Algunos de estos artistas tienen nociones muy diversas sobre la cultura visual, otros no tienen ideas claras sobre el tema, pues no conocen que es este campo de estudios. Esta siguiente entrevista permite mirar desde otros enfoques la manera en que estos creadores han desarrollado imágenes que sin conocer la cultura visual, las responsabilidades que tienen las imágenes sobre las personas. Se atreven desde la experimentación a dar otras propuestas de creación.

Fausto Carlotta: Claro yo considero mis imágenes están como arraigadas a algo puntualmente que la imagen pueda comprender que sea de acá, como a Bogotá. Mostrar algo a la sociedad, sino que me intereso por cosas que pueden sonar muy clichés pero que también no son fáciles de ver. Si viejas en bola, si alguien ve eso y va a pensar que yo soy un loco. Por sonar exagerado. Si porque mi situación actual no es mostrar una crítica frente algo que la gente se dé cuenta como

algunos artistas por ejemplo como Laura que lo hace de una forma muy chistosa, sino yo intento es como es si como si todo lo que estoy sintiendo, me partieron el corazón y eso es lo que quiero decir. Tengo una carpeta llena de fotografías.

En el caso de este artista del *Surrealismo Pop (Lowbrow)* parte de su trabajo no tiene una intención de dirigirle al público, o generar en ellos una reflexión frente a su trabajo necesariamente como si lo puede ser el trabajo reflexivo de artistas conceptuales como Antonio Caro, que da un sentido al trabajo publicitario de las marcas de consumo nacional e internacional. Fausto Carlotta usa su perspectiva personal e intenta mostrar una idea creativa que forma para el su contexto y sus reflexiones personales. Él ha expuesto con la artista Laura Ruiz ve en ella el trabajo gracioso que tiene Laura aunque no se siente identificado con él. Cada artista apunta a búsquedas, preguntas y necesidades personales.

Para este punto de la entrevista, Laura Ruiz y Paola Rojas no dieron respuesta por posible ignorancia sobre que es la cultura visual como campo de estudio. Su idea de la cultura visual no está dada como una manera investigativa sino como las imágenes influyen en su trabajo, más no como un campo investigativo en donde se pueda problematizar en diversos aspectos como se forma la cultura por medio de las imágenes y de esta manera crear paradigmas dentro de la sociedad, aunque es visible que estos participan involuntariamente teniendo presente como las vivencias cotidianas, los aprendizajes visuales los van conformando en su vida.

### 6.3 EDUCACION EN ARTES

En este apartado se intenta saber cuál es la opinión de cada entrevistado frente a la educación en artes. Para algunos de ellos la respuesta variada teniendo en cuenta cuales son las experiencias que les han supuesto en este campo. Desde su rol como estudiantes, hasta la parte que han ejercido como docentes.

Yo siento que ahorita en mi caso yo soy del Bosque, de la Universidad del Bosque y yo siento que digamos en ese momento del arte que ya ha nadie le gusta la pintura como que ya ha nadie quiere como pintar, está bien pero yo siento que la gente tiene mucha pereza a la pintura a pintar como no tanto como al resultado de

la pintura sino como a pintar como que es un proceso como medio mamón la gente como que tienen fastidio un poquito, no como fastidio sino como “mamera” entonces y como que en mi caso la universidad tampoco fue que nos animaran así como a pintar pues al principio en los primeros semestres que yo estudié si era clase de pintura como que fuera emocionante de echo a mi antes no me gustaba la pintura yo odiaba la pintura, entonces era como muy aburridor porque era súper técnico y súper “mamon” entonces uno siempre piensa que para pintar hiperreal o así como perfecto y eso es muy aburridor me parece muy aburridor

En el primer caso, Laura expone su experiencia frente a la pintura, teniendo en cuenta que la educación para ella viene del proceso técnico que le impartieron en su universidad, su percepción es más dada a la enseñanza clásica en la que es más importante el saber manual que otras posibles experiencias artísticas, en las que ella use su creación, aunque ella misma decide desligarse del sentido técnico que le brindan en su centro de estudios y decide ir generando un estilo propio que le permite crear libremente. También, tiene una crítica sobre la misma manera en que se imparte la enseñanza en su centro educativo pues cuestiona el estilo hiperrealista que brindan como la forma académica exacta dentro de lo académico tradicional. También se ve inmersa dentro del paradigma que genera el arte contemporáneo versus las artes clásicas o bellas artes. Principalmente se siente cuestionada de porque se imparten estas clases y se olvidan de la pintura por ejemplo como técnica para aprender.

Yo creo que no se si tanto con mi obra como tal pero si con lo que está pasando en este momento con lo de los talleres y te contextualizo. Yo hace unos tres años diseñe talleres que no vendía ni por el putas porque claramente no conocía a nadie y era súper difícil vender talleres pero me gustaba muchísimo enseñar y como que me arriesgue hacer cosas que mesclaban lo que yo hacía publicidad con la fotografía y hasta hace un año los pude como lanzar y que la gente fuera entonces lo que está pasando ahora. Estoy dando talleres como de habilidades muy específicas muchas salidas de lo tradicional. Finalmente no alcanza ser educación muy formal por las horas, ni técnico es literal educación informal pero lo

que está pasando es que muchas marcas ahora *Nike, Durex*, pues me están llamando para hacer talleres muy similares en el contexto de una marca entonces lo que está pasando es que claro es como algo así como compartir habilidades tú pagas para que una persona muy específica que no puede saber de otra cosa pero si sabe específicamente por ejemplo de color aplicado a la fotografía te enseñe todo lo que sabe un workshop intensivo.

Para esta artista la definición que hay sobre la enseñanza tiene dos ideas a desarrollar de lo que podría ser la educación actual. Una de ellas está dentro del concepto tradicional de las artes y la enseñanza que al igual que Laura Ruiz, aplica impartir una clase donde se busca enseñar una técnica para dar un resultado visual, en este caso ella ha podido impartir clases, con este objetivo de enseñar las técnicas que ella ha podido diseñar en su experiencia como ilustradora, la segunda idea es la necesidad de borrar esas barreras tradicionales que pueden existir entre las formas tradicionales de enseñanza presencial versus la enseñanza virtual que se puede impartir desde formatos de 15 minutos como las charlas TEDx que se dan por YouTube.

Y justamente eso obviamente es un solo modelo que nace en estados unidos hay un montón de “master class”. Pero aquí en Colombia estamos acostumbrados al título como a todo lo tradicional y digamos que ese es como mi aporte. Empezar a ver como la fotografía como una manera de compartir habilidades específicas

Su percepción frente al academicismo es un aporte que entra en sintonía a lo que la educación en artes intenta dar a reflexionar y poner la experiencia creadora en manos de las personas. Esta reflexión que realiza Paola es en parte a entender las nuevas tecnologías como instrumento para comunicar enseñanzas que se pueden dar de manera no presencial y en donde no es necesario tener un título universitario para poder impartir una clase. La reflexión frente a la educación en artes que realiza Paola, tiene unas semejanzas con las de Laura Ruiz en donde hay un oficio que necesita aprenderse, mejorarse en técnicas para poder aplicarlas en la vida. Muy diferente a la manera en que concebimos la actual

pedagogía en artes y en donde esperamos tener un conocimiento de teoría, algo de técnica y está abierto un poco más a la experimentación.

Santa Putricia: Ya entendiéndolo como me lo desglosas, pues me parece que es importante la enseñanza en los colegios precisamente desde esa idea de revolución, rebeldía y transformación. Es decir a entendernos como sujetos políticos, como cuerpos políticos. Que podemos devenir de forma que queramos construirnos, no creo que se tenga que dar necesariamente o solo por medio de las artes plásticas, estas funcionan como una buena herramienta, pero se requieren de muchas otras, debería ser una enseñanza en conjunto con otras áreas, debería ser una.

En el caso de Santa Putricia si existe una propuesta de cuestionar y en donde la enseñanza si tiene un propósito de formar a las personas. En el caso de ella como *Drag Queen* el género es lo político que tiene que resignificarse en las personas, considera que las artes plásticas son ese medio político que propicia esa construcción social con las cuales las personas pueden formarse como seres humanos diversos.

*D.H. Lawrence 'allá la vida proviene de las raíces, imperfecta pero vital', le escribía a un amigo en 1915, en los momentos en que planeaba vivir en los EE.UU.), EE.UU. es el gran escape. Carta de D.H Lawrence a un amigo. Cita de Susan Sontag discurso premio de los librerios.*

## 7. RESULTADOS Y CONCLUSIONES FINALES

- Apartado curatorial

No podríamos decir si la obra serigrafía que hizo Andy Warhol tributo a la escritora Ayn Rand es una especie de abanderamiento a lo que debía ser el arte de cultura de masas. La filosofa del capitalismo resulto ser un icono que Warhol decidió celebrar y que entro en la filosofía de vida de este artista pop. Warhol hizo de este movimiento artístico una llama que se alza como un arte capitalista, se puso como

un elogiador de las marcas que su país exponía al mundo. Demostró al mismo Salvador Dalí el elogio al dinero, y es que mostro las bases de lo que podía que ser toda esta hibridación estilos, sensibilidades, movimientos creativos.

Aunque no fuera el único pero represento ese ideal visual que tiene su representación las cosas superfluas, .Las obras de algunos artistas de cultura de masas tienen una complejidad para ser entendidas debido a la yuxtaposición de ideas que tienen entre sí. La complejidad deriva de sus hibridaciones en donde pueden entrelazar desde el mercado convencional con sus estrategias y signos de marketing, hasta las mismas relaciones que nacen de sectores poblacionales, en el caso de las mujeres mueble <sup>6</sup>*BDSM* o fetiche de la obra de Allen Jones. El arte de masas está cargado de “artificio” con la vida y las luchas políticas y sociales que enfrentan a nuestro mundo en la era actual. Cuando se intenta ver las obras de arte de cultura de masas, lo que nos ofrece tiene una disputa cultural, una crítica cultural de gusto y de forma pues presupone una ligereza que entra dentro de muchas reflexiones críticas desde la estética en donde no representa las necesidades del arte contemporáneo, ni las reflexiones del arte conceptual, y tampoco del arte “culto” más bien pareciera que el gusto que representa este arte es de un tipo decorativo que simula darle sentido, vida a cosas del día a día que no lo tienen. Los inflables de Jeff Koons, los cuadros comics de Roy Lichtenstein o algunas obras de Warhol, parece que lo único que une estas obras es la ligereza, casi decorativa que se expone en sus piezas.

Pero en la obra y el trabajo intelectual que se desea analizar de cuatro artistas Colombianos que se familiarizan con el arte de masa, la idea es poder entender su trabajo y poder apreciar desde sus miradas como son sus piezas artísticas y si entran entre la dinámica que corresponde los prejuicios que se les da a esta clase de arte.

---

<sup>6</sup> El término **BDSM** tuvo su origen en 1969, fue creado para diferenciar sus prácticas sexuales de otras subculturas tales como el bondage, la dominación, la sumisión, el sadismo y el masoquismo. Estas prácticas tienen una variedad que va mucho más allá del dolor, la pareja busca enfocarse a sensaciones de placer, empoderamiento y control, aunque existen actividades sadomasoquistas que requieren específicamente dolor como vía de sensaciones, de ahí la importancia de que sea una práctica que necesite de acuerdos consensuales entre los participantes.



Autorretrato Paola Rojas

Belleza monstruosa es la manera en que Paola Rojas narra este trabajo que nombra como un autorretrato y que se enmarca en ese juego de lo popular del *Camp* con lo grotesco pero con cierto estilismo. Definir este imagen que resulto ser muy atractiva para un festival pues la mezcla de imágenes que evocan esa seducción típica de algunos carteles publicitarios y pero que juega con lo trillado de las patas de pollo, es ese juego un poco al clásico del cine basura *Pink Flamingos*. Remitirse al trabajo de Paola Rojas es encontrarse con esta forma de crear a partir de elementos poco convencionales y embellecer a tal punto que pueda verse atractivo para el espectador pero chocante en la medida que no es atrayente unas patas de ave y que se “estetizan” pintando las uñas de manera elegante y femenino. Hueso (2013) dice que “la duda es una de las características de ese sujeto *Camp*: duda y ambigüedad (identitaria, textual, sexual, política...); un modo de fomentar la duda en los demás en la que los sujetos *Camp* son los grandes maestros” (p, 199).

Paola Rojas busca alejarse de ese nombramiento a su trabajo, prefiere que no se le genere ningún nombre a lo que hace, su trabajo artístico quiere ser inclasificable por lo menos en este momento. Pero atreverse uno, a nombrar su trabajo solo es para poder ver aquellas conexiones casi esotéricas que tiene lo que realiza junto

con otros estilos artísticos que se van dando en el mundo. Esa imagen que se analiza, ha servido para propaganda de eventos *Drag Queen*, que reúne a personas de *Drag - Camp* y que se familiarizan con esa imagen tan abyecta pero al mismo tiempo se envuelve en la belleza o familiaridad de algunos sujetos *Queer*.

Porque hablar de lo *Queer* en este caso de la familiaridad que se tiene con el trabajo de Paola Rojas, en donde la exageración hace una familiaridad, para un público LGBTI que podría tener esa unión con estas imágenes, recordar por ejemplo como Fabio Cleto (1999) denominaba esto como: “deberíamos pensar el *Camp* como una “arquitectura *Queer*” discursiva que enmarca las diferentes aproximaciones críticas, no tanto como lecturas de un objeto común y estable (aunque teatral) sino más bien como auténticas performans del *Camp* –un conocimiento inestable en lo crítico, político, y epistemológico. (p, 36)

De donde Paola forma su obra gracias a lo cotidiano, los elementos que conforman lo cotidiano del sector donde habita. Su obsesión por el color, su gusto por objetos que le permiten volver provocativos cuerpos que pone en escena y que problematiza, desde perspectivas de género que ella misma se pregunta y intenta resolver para poder dar sentido a eso que ella cuestiona. Ese gusto por objetos algo pintorescos o que tienen una esencia metafórica es lo que le permite encontrarse con algo que podía ser *Kitsch* pero hibridar hacia el *Pop Art*, y el género le otorgara esas características *Camp*. Vaskes (2012) dice “*Kitsch* es un concepto agrupador de los productos (del diseño, de la artesanía y del arte) de menor valor estético, lo que involucra un desprecio y el deseo de diferenciarlo del “arte culto”, auténtico y original, elitista y exclusivo tanto por su acceso espiritual (requiere educación) como por su acceso físico (requiere dinero), y que no permite la mezcla o copia estilística y elementos del “gusto dudoso” (p, 39). Para Paola Rojas esa agrupación de productos, todo ese colorido junto con la particularidad de esos objetos lo que convierte su trabajo en la belleza publicitaria que le da la cultura de masas ese sentido o toma de el para su trabajo.



Imagen iconografía de Santa Putricia Del Divino Coño

En su trabajo que está dedicado al performance desde el *Drag*, decide tomar esos elementos característicos de cuestionar el género. También desde la teoría *Queer*, y usando el performance como medio fundamental se puede observar su cuestionamiento de la genitalidad, y la utilización de este como elementos y signos que conforman su crítica y como resemantiza la iconografía religiosa para darle ese aire que más que burla es toda una apropiación casi mística que al igual que San Sebastián icono gay que es utilizado actualmente con súper héroe de la liberación, ella la santa podría acercarnos a un neobarroquismo, *Kitsch* y un gusto *Camp*. Para Hueso (2013) el *Kitsch* está íntimamente ligado a una experiencia sentimental y según Sedgwick, ha sido rehabilitado por los homosexuales “durante un siglo bajo diferentes nombres, incluyendo el del *Camp* (p, 189). Es esta manera utilizar elementos del pasado y basarlos en el presente. La forma política del *Camp* es lo que Hueso (2013) describe en la teoría de Eve Kosofsky Sedgwick en su repolitización del *Camp* y su reivindicación de la estética como arma identitaria de la homosexualidad, considera la rehabilitación de lo sentimental un bastión para el colectivo gay masculino que ve en esa esfera privada de sentimientos considerados femeninos un espacio donde resguardarse de la amenaza

homofóbica externa (p, 189). Esta descripción en palabras de la autora es lo que ha permitido llegar a las personas gracias al arte, y aunque políticamente desde espacios más pequeños en donde confluyen personas de la comunidad *LGBTI* que ven en esta estética la liberación a la opresión de una norma heterosexual.

Al igual que la obra de los fotógrafos Pierre et Gilles, Santa Putricia tiene una imagen casi de esquila religiosa. Visualmente parece que remite a esa simpleza de un poster religioso, en donde las evocaciones espirituales son de carácter tierno y sencillo. Da algo al espectador en donde esa sencillez es fácil de digerir, fácil de tragar frente a otros contenidos que brinda otra clase de arte. Pero ese barroquismo colorido es lo que hace dar nuevas maneras de contar al mundo que los artistas ponen en juego los iconos culturales de la historia y les dan una gracia, lo ponen en un momento hasta divertido, jocosamente una característica que tiene un conflicto de esta modernidad, entre ese *Kitsch* y *Camp* el escrito Calinescu (1987) “considera al *Kitsch* como uno de los productos más típicos de la modernidad, dadas las circunstancias de consumo compulsivo, el aburrimiento y la necesidad de evadirse, combinados con la amplia consideración del arte tanto como en juego como de exhibición” (p,23).

Cuando se pregunta a las personas sobre el arte de cultura de masas, la opinión varía, entra en juego esa duda de que clase de arte puede ser y como se puede llegar a sentir una evocación, un aura dentro de una pieza artística, o el trabajo performático que alimente y conduzca a tener una reflexión dentro de un espectador. Casi de alguna manera el arte de masas nos ofrece objetos decorativos, que en algunos casos no son de carácter sublime, que permitan construir en el ser humano esa “cultura intelectual” pero que dentro del ambiente de algunas poblaciones permite un conjunto de experiencias de tipo sensible que generan una formación intelectual.

Las obras que se tienen dentro de este análisis permite mirar lo que cada artista tiene que decir frente a su percepción de su obra, su trabajo sus influencias y

permite que algunas personas miren y aprecien su trabajo para así construir desde diferentes perspectivas como individuos lo que genera el arte de cultura de masas, dentro de la experiencia de cada ser humano. No olvidemos que aunque para algunas personas el carácter reflexivo que pueda ver dentro de estas piezas podría estar limitado por su carencia de concepto o que no tiene puntos que problematicen situaciones de la vida. Para otros investigadores que intentan definir que pasa dentro de esa hibridación en donde los artistas toman y colaboran en la construcción de la cultura desde su forma de verla y hacerla visible es la manera en que se forman estas obras y los espectadores interactúan.



Obra de Laura Ruiz. Imagen de la transfeminista y bióloga Brigitte Batiste como chica águila.

En las piezas de Laura se puede ver lo que se ha mencionado sobre el humor, su gusto por los personajes de la vida pública y como poder satirizarlos, ponerlos en situaciones fuera de la vida política, o de fama a la que están acostumbrados. Su capacidad creativa que esta permeada un poco por esa idea o factura algo incompleta de Beatriz Gonzales, que dan una alusión a un trabajo que no está interesado en la técnica sino en poder construir desde diferentes formas que se puede hacer con la pintura. El interés de Laura por la estética “traqueta”, (de por sí muy *Kitsch*) por ir mirando desde el humor la política, lo social, los personajes de la vida y el espectáculo nacional. Hacen ver su trabajo desde diferentes perspectivas pueda analizarse y generar una discusión frente a las situaciones dadas fuera de contexto. La pintura que hace sobre Brigitte Batiste es un ejemplo al problematizar desde la publicidad de la mujer águila, o chica águila y ponerla

como Brigitte, mujer trans que es referente de los feminismos trans, de las apuestas a una mujer diferente, que encarna una diversidad, una masculinidad en parte de sus expresiones es lo que también hace que se ponga en juego las consideraciones rígidas que se tiene sobre distintos personajes que ella trabaja como indica Vaskes (2012) “el *Kitsch* puede ser atrevido, cínico, prepotente por su carácter comercial, pero lo que sucede es que forma parte integrante del sistema productivo del capitalismo tardío, de la sociedad de consumo en que vivimos y que no tiene fronteras geográficas ni nacionales culturales” (p, 40).

En la obra de Laura se puede apreciar ese gusto por la pintura que incluso la llega a poner en tensión frente al arte contemporáneo, ella considera que no hay un espacio actual para este medio y que se rechaza incluso desde la academia la pintura y los temas que ella intenta abordar. Desde la cultura visual, se puede también entender su trabajo como una apuesta algo crítica hacia la vida social y los personajes que ella trabaja al ser de temas actuales y de gran importancia dentro de la crítica cultural. Con este trabajo que plantea visualmente Laura Ruiz permite ver ese campo dentro del gusto y el mal gusto. Bourdieu (2010) dice “se valora más el diferimiento de la satisfacción. Pero hay un uso social, de definición: Los de gustos “puros” son superiores a los gustos vulgares; estos los que van a ver mujeres desnudas al Louvre y los que van a verlas al Folis Bergeres, el gusto culto es superior en humanidad al gusto vulgar. Es universal. (p, 244)



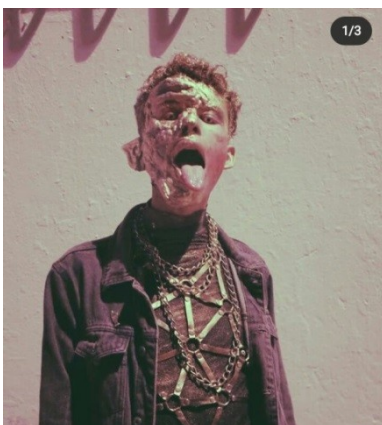
Obra Lowbrow de Fausto Carlotta para periódico comunitario de mujeres trans. La Esquina.

Con la obra de Fausto Carlotta nos podemos remitir a un trabajo que intenta traer de vuelta el *Lowbrow* clásico, que intenta que la gente pueda ver una estética de las caricaturas pero basado en la realidad actual en donde las experiencias que se viven son las que conforman un trabajo visual que se aleja de del *Cartoon* convencional y sin contexto. Es a partir de su visión que se puede integrar una nueva manera de usar el surrealismo pop fuera de las galerías especializadas en este tema visual.

*La producción, transmisión y recepción del conocimiento siempre es problemática; suponer otra cosa y desestimar el estudio de la pedagogía y sus ramificaciones políticas es dar la espalda a las condiciones en que se construye la identidad humana. Henry Giroux*

- CONCLUSIONES FINALES

Teniendo en cuenta los objetivos en relación a la pregunta de investigación, se logró reunir un conjunto de información para analizar las diferentes opiniones de los artistas entrevistados, entender como construyen su obra y como se aplica a el arte de cultura de masas, la crítica cultural, la cultura visual y la educación en artes. Por medio de entrevistas realizadas, tomando información en el diario de campo y analizando las piezas artísticas de los artistas, así como sus publicaciones en redes sociales en donde se puede evidenciar parte de su trabajo y como desarrollan sus procesos creativos, es de esta manera en que se pudo recolectar información y así poder ir construyendo una matriz que unió la información que se interpretó de manera objetiva para dar unos resultados. La metodología usada fue la crítica cultural que permitido ir construyendo desde bases teóricas que estudian los sucesos de la cultura, sus protagonistas, los efectos que se dan como también se indago revisando textos de disciplinas como la pedagogía crítica, la cultura visual, los estudios culturales y la educación en artes, el arte de cultura de masas.



Fausto Carlota

Con la información recopilada, el análisis respectivo de las obras, la literatura, las categorizaciones realizadas se concluye que:

1) La cultura de masas produce imágenes que van dirigidas con una intención de marketing pero que estas pueden usarse de distintas maneras en donde el espectador puede verse influenciado para tomar decisiones frente a ellas. Con la educación respectiva las personas pueden enfrentarse ante la hegemonía y el poder que estas tienen sobre los individuos. Desde las artes visuales los espectadores interactúan desde otros modos con la información que produce los *Mass Media*. La entrevista que se realizó a Laura Ruiz es evidencia como se puede utilizar desde el humor, desde una manera política otra manera para descontextualizar los programas de televisión, de esta manera se puede transmitir una nueva información que ubica nuevos mensajes para los espectadores, en este caso la cultura visual se ve inmersa en nuevas maneras de representar las “narrativas visuales” que pretende mostrar los programas televisivos. Se pueden ubicar los mismos personajes de las series o películas y ponerlos en situaciones diversas y creativas que den múltiples posibilidades. Vaskes (2012) afirma que: “es incuestionable del *Kitsch* es su carácter popular y anti elitista; es lo que la gente entiende y quiere, es lo que le gusta. Las masas prefieren *Kitsch* porque ofrece las identificaciones inmediatamente evidentes y que no exige esfuerzo alguno por parte del espectador. (p, 40) Es el caso de lo atractivo que tienen los programas televisivos y que Laura Ruiz nos enseña a trabajar desde otra parte y que los espectadores debemos intentar trabajar, construir nuevos procesos plásticos.



Laura Ruiz

2) Cada artista entrevistado permitió desde su pieza creativa, desde sus opiniones, desde su perspectiva y conocimiento dar una idea nueva frente a el arte de masas, que en nuestra actualidad y a la luz de diversas opiniones frente a el carácter consumo genera en la sociedad; estos artistas buscan cambiar desde su emoción, sensibilidad, creatividad y talento la manera en que esta vista la realidad y ofrecer una nueva perspectiva. Mandoki (2006) indica que según Dewey opinaba que lo bello no es una cualidad de los objetos en sí mismos, sino un efecto de la relación que el sujeto establece con el objeto desde su contexto social de valorización o interpretación personal (p, 12) Lo que hace necesario que desde la educación en artes se implemente un currículum creativo que aborde el arte contemporáneo teniendo en cuenta el arte de masas y la sensibilidad popular como parte de la educación y las artes esto permite vencer paradigmas que se pueden contrastar con la propuesta visual de los artistas entrevistados complejiza mucho más allá alguna postura filosófica o académica, pues ellos tienen una manera de relacionarse con su tiempo histórico y las condiciones que le habitan sin sentirse relegados o alienados y crean a partir de eso que se desea negar de la realidad actual. Giroux (1997) afirma: es necesario que la cultura popular se convierta en un objeto serio de estudio en el curriculum oficial, como un objeto de estudio dentro de las disciplinas académicas específicas como los estudios de los medios de comunicación. (p, 213). En ese orden de ideas puede ver que la educación debe romper con los sesgos y generar experiencias artísticas para poder potenciar narraciones creativas, plásticas y críticas.



Paola Rojas

3) Desde la crítica cultural y la cultura visual se puede trabajar en conjunto para poder dar nuevas interpretaciones sobre la cultura, los medios y las personas que están sometidos a los procesos y sus efectos, hablamos de la publicidad, los programas de televisión, el cine y otros medios visuales. Los autores aquí tratados tuvieron en su momento preguntas sobre lo económico, lo estético, lo educativo para poder ir configurando lo que ellos veían como esa diferencia entre un arte elevado y un mal arte, un arte inferior que se caracteriza por tener un bajo valor conceptual y estético que no genera procesos intelectuales a los espectadores.

En el año 2020 este debate sigue vigente, tiene fuerzas de intelecto que busca vencer paradigmas y que en contraste con la propuesta visual de los artistas entrevistados complejiza mucho más allá alguna postura filosófica o académica, pues ellos tienen una manera de relacionarse con su tiempo histórico y las condiciones que le habitan sin sentirse relegados o alienados y crean a partir de eso que se desea negar de la realidad actual. Mandoki (2006) habla sobre la prosaica y cuestiona lo bello indicando: lo bello es una de las tantas categorías en la producción de efectos sensibles, tantos como adjetivos existentes y el arte es solo una de sus manifestaciones, aunque sea la más espectacular (p, 10) Cada uno de estos artistas fluye e intentan permearse dentro de unas categorías de las artes, no necesariamente se autonombren *Kitsch*, *Pop*, *Camp* sino que se han permitido navegar dentro de estas estéticas, estilos o movimientos. Estos artistas han hablado de sus influencias, de cómo han permitido que su trabajo se



Santa Putricia

desarrolla pero como desde su particularidad han decidido modificar la dirección en que se puede creer que está hecho el arte de cultura de masas. Se puede llegar a entender por el análisis hecho a estos artistas que su trabajo artístico es una manera de abordar el arte de masas desde una manera lejana al consumismo generalizado que tiende a darse desde las versiones norteamericanas que tenemos como ejemplo, sino que estos artistas desde sus propias vivencias han podido ir construyendo su manera de hacer crítica al mundo, ir formulándose nuevas maneras de hacer crítica cultural, de fortalecer la manera en que trabajan sus medios y posibilitar a los espectadores nuevas comprensiones. En síntesis este sistema de arte que realizan los diferentes artistas entrevistados puede verse desde un análisis de su perfil en redes sociales, o de la entrevista que sus posiciones personales, políticas no van de la mano de lo que podría considerarse la finalidad mercantil de un arte de masa, sino que cada artista confía en su creatividad y subjetividad para construir su obra.

## BIBLIOGRAFIA

Aguirre I, (2006). Modelos formativos en educación artística: imaginando nuevas presencias para las artes en la educación, universidad Pública de Navarra, 1996 6 - 10

Arbelaez, A. (2012) imagen femenina, objeto del arte y de la sociedad de consumo. Universidad Javeriana, Bogotá

Bourdieu, P (2010) El sentido social del gusto: elementos para una sociología de la cultura. Siglo veintiuno editores, Mexico.

Buck, S (2005) Estudios visuales e imaginación global y dialéctica de la mirada Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes.

Calinescu, M. (1987) Cinco caras de la modernidad. Tecnos Madrid España

Canclini, N. (1995). "Consumidores y ciudadanos". Edición: Grijalbo Año de edición: 1995. Ciudad de México.

Ceruelo Ruiz, C., y Gutiérrez Arranz, A. M<sup>a</sup>. (2003). Eficacia de la Publicidad Emocional. Un Estudio Comparativo entre la Ejecución de Tipo Emocional e Informativa. Nuevas Tendencias en Dirección de Empresas.

Cleto, F. (1999) Queer Aesthetics and the Performing Subject: a Reader. New York

Coppola, G. (2008) Novum n 30. La observación estructurada de medios, un instrumento que permite el acercamiento a las tendencias de moda y grupos de consumo. Universidad Javeriana, Bogotá.

Corvaro, V. (2008) la observación estructurada de medios, un instrumento que permite el acercamiento a las tendencias de moda y grupos de consumo. Novum

Fajardo, C. (2014) el gusto estético en la globalización. Universidad Francisco José de Caldas.

Fibla, S, (2014). Ya no estás más a mi lado, corazón: estética Camp en América Latina Departamento de filología española, Madrid.

Hernández, F (1996). Educación y cultura visual, Barcelona. Editorial Octaedro.

Kant, I. (1790) crítica del juicio. Traductor: Manuel García Morente, Editorial Austral

Lipovestky, G (2007) La felicidad paradójica. Ensayo sobre la sociedad de hiperconsumo. Barcelona. Editorial Anagrama.

Mandoki, K. (2006) estética cotidiana y los juegos de la cultura. México, Editorial siglo XXI.

Mejía, S, (2010). La educación artística como comprensión crítica de la cultura visual en Fernando Hernández.

Mojito, M. (2016) Manu mojito la diva del arte. Universidad javeriana, Bogotá.

Morales, L. (2013). Artvertising el arte de pautar en el arte. Universidad javeriana, Bogotá

Mirzoeff, N. (2003) Una introducción a la cultura visual - Ediciones Paidós,

Pérez, M. (2008) El gusto estético. La educación del (buen) gusto. Paperback - Ediciones Sm.

Praxis visual (2018) La praxis visual como campo de investigación. Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá.

Saukko, P (2012). "Metodologías para los estudios culturales". En Paradigmas y perspectivas en disputa: Manual de Investigación cualitativa.

Sontag, S, (1977). Edición 2007 Notas sobre lo Camp. Contra la interpretación y otros ensayos Editorial de bolsillo. New York

Ramón, R, (2014). Arte y movimiento. El kitsch como narrativa identitaria. Universidad de Jaen, Andalucía

Ruiz, C., y Gutiérrez Ar, A. M<sup>a</sup>. (2003). Eficacia de la Publicidad Emocional. Un Estudio Comparativo entre la Ejecución de Tipo Emocional e Informativa.

Usó, C. (2006) Andy Warhol, el hada madrina del pop Universitat Jaume I

Vaskes, I. (2012) Los conceptos de la estética posmoderna. Universidad del Valle, Cali.