

Divergencias sobre el kitsch y su relación con el Diseño y la Arquitectura

Julia Andrea Mena Freire ⁽¹⁾, Sandra Hipatia Núñez Torres ⁽²⁾ y Eliska Fuentes Pérez ⁽³⁾

Resumen: El kitsch es una categoría reconocible que interpreta la negación del gusto, este fenómeno generalizado y omnipresente, se encuentra en continua transformación. Mientras que para varios autores el kitsch se presenta como una forma de mentira estética, que consume imitaciones, sintetiza de manera vaga y alegórica a las vanguardias artísticas; con el transcurso del tiempo, cambia su apariencia, gana fuerza y se intensifica con el desarrollo de la tecnología y la reproducibilidad técnica, creando una cultura comercial y una sociedad de consumo.

Teniendo en cuenta las mutaciones que ha presentado el kitsch a lo largo del tiempo, esta propuesta se enfoca en mostrar las diversas manifestaciones de este voraz e influyente fenómeno, que permea constantemente los ámbitos del diseño y la arquitectura, por consiguiente, sus características formales y estéticas se pueden evidenciar en las ejemplificaciones seleccionadas.

Palabras clave: Kitsch - Diseño - Arquitectura - Arte - Vanguardia - Cultura de Masas.

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 109-110]

⁽¹⁾ Docente en la Facultad de Diseño y Arquitectura, Universidad Técnica de Ambato, Magister en Proyectos de Diseño de la Universidad de la Azuay, cursando doctorado en Diseño en la Universidad de Palermo.

⁽²⁾ Docente Investigador en la Facultad de Diseño y Arquitectura, Universidad Técnica de Ambato, Magister en Proyectos de Diseño de la Universidad de la Azuay, cursando doctorado en Diseño en la Universidad de Palermo.

⁽³⁾ Docente Investigador en la Facultad de Diseño y Arquitectura, Universidad Técnica de Ambato, Máster en Arquitectura y Urbanismo por la Universidad Técnica de Praga y Máster Universitario en Arquitectura Avanzada, Paisaje, Urbanismo y Diseño en la especialidad Diseño de Arquitectura Interior y Microarquitecturas en la Universidad Politécnica de Valencia.

Introducción

*El kitsch provoca dos lágrimas de emoción, una inmediatamente después de la otra. La primera lágrima dice: ¡Qué hermoso, los niños corren por el césped! La segunda lágrima dice: ¡Qué hermoso es estar emocionado junto con toda la humanidad al ver a los niños corriendo por el césped!”
Milán Kundera (1984).*

Al kitsch se lo puede percibir como un suceso reconocible que interpreta la negación del gusto, este fenómeno extendido y penetrante cambia constantemente de aspecto, para autores como Humberto Eco, Clement Grenberg, Theodor Adorno, Guilo Dorfles, entre otros, el kitsch se presenta como una forma de mentira estética, que permite consumir imitaciones, sintetiza de manera vaga y alegórica a vanguardias artísticas haciendo interpretaciones fáciles de ellas, lo identifican como una estética pretenciosa, recargada y vana que prospera a causa de otros.

Sin embargo, a finales del siglo XX, el kitsch empieza a generar miradas alejadas de lo despectivo, para autores como Tomas Kulka y Noel Carroll reivindican su valor como producto de consumo fácil, y ven algo más, señalando que es una categoría imposible de cristalizar, ligada a los cambios de los gustos colectivos y siendo la manifestación más tangible de la cultura de masas.

Para Abraham Molles, el kitsch entra en una nueva fase, e introduce el término neokitsch, reconociendo que es una visión del arte que incorpora de modo definitivo los atributos de lo banal y del mal gusto, toma fuerza conjuntamente con la cultura de masas, la misma que se encuentra en un permanente proceso móvil de elitización de lo popular y popularización de lo elitista, por otra parte, para el autor Juan Mora Galeote, el kitsch pasó de utilizarse de manera peyorativa y se convierte en el paradigma de una estética de vanguardia, proponiendo un nuevo término llamado belkitsch.

Las posibilidades de la globalización que ha dado paso a que haya un traslado de elementos de la baja cultura a escenarios donde antes no tenía lugar, podemos presenciar como la élite y lo popular se difuminan dando lugar a una especie de convivencia y en muchos de los casos de retroalimentación.

Por consiguiente, en la presente investigación, se pretende observar ejemplificaciones que se relacionan con características propias del kitsch, neokitsch y belkitsch, por medio de un análisis estético, con la finalidad de mostrar la influencia de esta corriente y su constante fluctuación en esferas del diseño y la arquitectura.

Ejes conceptuales

Al kitsch se lo puede catalogar como un fenómeno que se transforma constantemente, guarda vínculos con la historia del arte, las vanguardias, estéticas y al mismo tiempo, se lo puede relacionar como una manifestación cultural, enlazada con características cotidianas del individuo. En un inicio surge como un mecanismo de distinción de clases aristocrá-

ticas insistentes por diferenciarse de las clases medias o populares, en consecuencia, la industrialización y homogenización permite la reproducción de elementos artísticos, en donde, la clase media y baja accede a tener la copia de objetos que anteriormente eran inalcanzables.

Al ser el kitsch un fenómeno complejo, es pertinente analizarlo desde varios puntos de vista, haciendo énfasis en su posible génesis, a partir de autores que lo han estudiado, delimitado, catalogado, expuesto e indagado a través del tiempo. Abraham Molles, habla sobre los posibles inicios del kitsch y señala tres macrofactores de la cultura como detonantes: en primer lugar, la importancia de los objetos para la civilización industrial a manera de fetiche, en segundo lugar, el culto de lo bello como un fin en sí mismo y finalmente el consumismo como práctica cotidiana de la clase social alta como manera de distinción del resto; en definitiva, tensión entre el gusto de las masas versus el de los aristocráticos.

Posteriormente, a mediados del siglo XIX, se empieza a utilizar el término kitsch, relacionando con la palabra sketch en inglés, cuando turistas de origen americanos viajaban a Múnich y adquirían pinturas rápidas y a bajo costo, por otra parte, el autor Ludwig Giesz, comprueba que en el dialecto Mecklemburgo, en Alemania, ya existían dos verbos en donde se forjarían las bases de la definición del término: verkitschen que significa vender a bajo costo y kitschen, que se lo puede interpretar como intervenir en muebles para hacerlos parecer viejos, barrer suciedad de las calles y acumular barro o lodo.

A mediados de los años XX se empieza a considerar al kitsch como categoría estética, sobre todo para tres autores: Hermann Broch considera que este fenómeno es el mal radical del arte, Clement Greenberg que mira al kitsch como fácilmente comestible y Walter Benjamin quién habla sobre la muerte del arte para volcarse sobre las formas mismas de la experiencia, haciendo una comparación con la pérdida del aura debido a la reproductibilidad técnica. Años más tarde, Humberto Eco hace referencia al kitsch como un efecto estimulador, fruto de los restos de otras experiencias. "A veces el Kitsch puede pasar inadvertido, un pecado cometido sin querer, involuntariamente, y casi perdonable; y en estos casos vale la pena indicarlo sólo porque en ellos el mecanismo aparece con especial claridad" (Eco, Apocalípticos e integrados, 1965). En este sentido, podemos asociar los pensamientos de Benjamin, Broch, Greenberg y Eco, quienes, desde análisis distintos, tratan al kitsch de forma peyorativa, como un efecto fácilmente comestible.

Los aspectos del kitsch que varios autores destacan desde un punto de vista antropológico, son los deseos humanos más próximos a su naturaleza durante siglos, como el poder, la dominación, el sentimentalismo y el deseo de cambio; estas características pueden fácilmente ser comparadas con la esencia de una cultura de masas que pretende expandirse e ir colonizando, siendo cómodamente comestible.

Para Calinescu en su obra las cinco caras de la modernidad, explica que el kitsch es la característica más relevante y típica de la estética en la modernidad, debido a su abierta indeterminación, y las características clásicas que lo atribuyen como el acumular, barroquizar, imitar, vulgarizar lo que anteriormente era conocido como alta cultura, transgredir las normas de lo que se consideraba bello, multiestilístico, voraz y expansivo

El kitsch ha sido el único en lograr un auténtico status internacional, lo kitsch no se puede definir desde un solo punto de vista, puesto que como el arte, o

para el anti arte, el kitsch se niega a presentarse incluso a una definición negativa, porque simplemente carece de un único concepto oponente preciso y distinto (Calinescu, 2002).

En este sentido el autor pretende decir que el kitsch no solamente es analizado desde una perspectiva degenerativa o de mala reputación, es un fenómeno complejo que ha penetrado en esferas del pasado y sigue presente hoy en día, haciendo internacionalizando o popular lo que encuentre a su paso.

A finales del siglo XX e inicios del XXI, el kitsch empieza a generar miradas alejadas a las connotaciones negativas relacionadas con este fenómeno, para autores como Tomas Kulka y Noel Carroll reivindican su valor como producto de consumo fácil, y ven algo más, señalando que es una categoría imposible de cristalizar, ligada a los cambios de los colectivos y siendo una manifestación tangible de la cultura de masas. A pesar ser un elemento histórico, el kitsch carece de memoria, lo que hoy es kitsch mañana no sabemos, alude a un tipo de relación estética del ser humano con las cosas o con el ambiente. Es un concepto universal y corresponde sobre todo a una época de génesis estética y a un estilo de ausencia de estilo, a una función de confort sobreañadida a las funciones tradicionales de un objeto. El kitsch se va transformando en una nueva fase estética llamada neokitsch, la misma que fue introducida por Abraham Molles, reconociendo una nueva visión del arte que incorpora en sí de modo definitivo los atributos de lo banal y del mal gusto, y toma fuerza conjuntamente con la cultura de masas, la misma que se encuentra en un proceso móvil de elitización de lo popular y popularización de lo elitista,

El neokitsch invierte de este modo el tradicional mecanismo jerárquico que veía en el kitsch el sucedáneo y en el arte el modelo y, se abre una fase en la que se opone victoriosamente a la estética de lo bello y de la originalidad la fuerza penetrante de la simulación kitsch que, una vez implantada en la realidad social de la sociedad de consumo, no hace otra cosa que registrar la parodia del gusto (el kitsch) y de la técnica (el gadget) como representaciones propias (Mecacci, 2018, p. 16).

El neokitsch se arraiga como manifestación estética y cultural, es una prueba de que no se puede dejar en un museo a una categoría estética, ya que va relacionada con una realidad estetizada difícil de definir y encasillar.

En el caso del kitsch o neokitsch se valen y afianzan con la extensa e invasiva cantidad de información que tenemos a nuestro alcance, poseer numerosas alternativas de consumo, nuevas tecnologías de la información y comunicación, hace que la esfera del diseño y la arquitectura se amplíe.

Para el autor Juan Mora Galeote, el kitsch pasó de utilizarse de manera peyorativa y se convierte en el paradigma de una estética de vanguardia, proponiendo un nuevo término llamado belkitsch, el mismo que pretende hacer énfasis en las transformaciones y mutaciones del kitsch tradicional hacia una nueva percepción, la misma que necesita sostener una nueva terminología que deje de lado la concepción peyorativa cambiando su nombre y contenido.

Bellkitsch recuerda en esencia al Kitsch, pero es capaz de transmitir un significado y, lo que es más importante, que el espectador se lo crea, lo viva elegantemente y no se avergüence de reconocer que le gusta —a diferencia del kitsch histórico—. El bellkitsch te ofrece emoción y el efecto dado, como lo hace el kitsch, pero detrás de este primer efecto, si existe la opción, dependiendo del espectador, de alcanzar —con la necesidad de saber más e ir más allá al igual que lo necesitaba la vanguardia o arte culto— de encontrar el mensaje que con esfuerzo el espectador debiera encontrar en dicho arte culto.

Desde la perspectiva de las características estéticas del kitsch, neokitsch y bellkitsch se pretende analizar las siguientes ejemplificaciones, con la finalidad de mostrar la influencia de esta corriente y su constante fluctuación en esferas del diseño y la arquitectura actualmente.

Metodología

La metodología planteada a continuación, se fundamenta en un análisis según el criterio de los autores Engelhardt y Killy, los cuales distinguen cinco principios del kitsch, en donde se estudian sus factores latentes los cuales son: 1. El kitsch se caracteriza por la inadecuación, que consiste en dejar de seguir una norma, se sobredimensiona el objeto. 2. Acumulación, tiene relación con el abarrotamiento, la barroquización y amoblar el espacio vacío. 3. La percepción sinestésica, quiere decir, solo tener en cuenta el disfrute y goce, buscando la mayor cantidad de canales sensoriales. 4. La mediocridad, en dónde interviene la desmesura como posición inmediata, cómo por ejemplo la moda. “La mediocridad es la que los reúne y los funde en un conjunto de perversidades estéticas, funcionales, políticas y religiosas. La mediocridad implica tanto la desmesura como la posición intermedia y de se encuentra en la base de la heterogeneidad del kitsch” (Moles, 1990) 5. Finalmente, el confort, dónde no se evidencia profundidad en el entendimiento de la obra, exigiendo un término medio.

La idea de estar a la misma altura, de cercanía y de una exigencia término medio, conducen por lo general a la fácil aceptación y al confort, a la *Gemütlichkeit*, a todo ese conjunto de sensaciones, sentimientos y formas confitadas, de colores sin violencias, de espontaneidad perceptiva, de aceptación fundamental (Moles, 1990, p. 70).

Según los aspectos señalados anteriormente, se vincula la lectura de ejemplificaciones contemporáneas que se encuentran dentro del ámbito del diseño y arquitectura, con la finalidad de demostrar la presencia de los rasgos del kitsch, neo kitsch y bellkitsch, independientemente de la temporalidad, indicando la intención del autor en utilizar dichas características para diseñar, siendo consiente de la voracidad e importancia de este fenómeno en la configuración estética. En este sentido, se evidencia que anteriormente la presencia de rasgos kitsch generalmente se vinculaba a aspectos peyorativos, no obstante,

en la actualidad se puede notar, que es utilizado como recurso de configuración estética dentro de la práctica profesional del diseño y arquitectura.



Figura 1. Esquema de análisis metodológico.

Cada uno de estos principios, sin importar un orden específico, tiene determinación en la presencia del kitsch sobre la descripción de las características formales y estéticas de la configuración de la obra (Löbach, 1981).

Ejemplificaciones

Caso 1



Figura 2. Armchair Mink Mr. Rabbit by Kare Design 2010.

Inadecuación: La presente ejemplificación desde la perspectiva del principio de inadecuación, se encuentra distante de la razón de ser del objeto como mobiliario que debería cumplir cierta función práctica, estética y simbólica (Löbach, 1981). Debido a que es notoria la presencia de elementos descontextualizados como una estructura barroca y compleja frente a una imagen que se vincula con la cultura pop. Esta tendencia se caracteriza por el uso de tonos brillantes y contrastantes, con la intención de impactar visualmente y con desinterés de profundizar en conceptos; lo importante es mostrar a los productos y personas de manera impersonal como objetos de admiración, colección y reproducción.

Mediocridad: Armchair Mink Mr. Rabbit. Cumple con el principio de la mediocridad, característica expuesta por Engelhardt y Killy, ya que, dichos elementos tienen relación con la novedad y arte de masas, es decir puede ser aceptable para el todo consumo, alcanzando eventualmente una instantánea satisfacción.

Acumulación: La siguiente característica la podemos encontrar en la presente ejemplificación, debido a que posee elementos recargados y complejos en la forma, según Engelhardt y Killy citados en la obra de Molles (1990), hablan de una barroquización, amoblando el espacio al carecer de pureza clásica y geométrica, como es notorio en este mueble.

Confort: El siguiente principio tiene relación con la ejemplificación, donde según los autores, no se evidencia profundidad en el entendimiento de la obra, exigiendo un término medio. Al presenciar eclecticismo de estilos, finalmente estos no nos conducen a una determinada profundidad, obteniendo así fácil aceptación y confort.

Sinestesia: La ejemplificación cumple con el principio de sinestesia, al solo tener en cuenta el disfrute y goce, teniendo presente la mayor cantidad de canales sensoriales, dando pie a la producción de emociones y sentidos. En el diseño de Armchair Mink Mr. Rabbit de Kare Design, se observa un tapiz de rayas blanco y negro que contrasta con un estampado de color brillante que literalmente responde al nombre del artefacto, el mismo que se encuentra ubicado en la parte central como punto focal, tales elecciones de diseño provocan emociones instantáneas.

Caso 2



Figura 3. 17th
French queen Marie
Antoinette - Design
by Young & Battaglia
2000.

Inadecuación: El cartel gráfico 17th French queen Marie Antoinette – Design by Young & Battaglia, responde al principio de inadecuación, debido a que, la mancha de pintura en aerosol corresponde a un elemento descontextualizado en relación a la composición, siendo una anomalía de carácter trasgresor. Es notorio el contraste cromático siendo así el punto focal del afiche, ironizando así una época clásica y su pensamiento.

Mediocridad: La presente ejemplificación cumple con el principio de la mediocridad, característica expuesta por Engelhardt y Killy, ya que, los elementos del cartel responden a un conjunto de perversidades estéticas y funcionales que comunican un mensaje irruptivo tanto en la composición como en el sentido.

Acumulación: Según los autores Engelhardt y Killy hablan de una barroquización, amoblando el espacio al carecer de pureza clásica y geométrica, en el presente ejemplo notamos la presencia de una mancha de aerosol magenta que desvirtúa la pintura de María Antonieta, complejizando la lectura de la obra y su legítima intensión, estéticamente acumulando una serie de elementos en su composición y lecturas diversas en su contenido.

Confort: El siguiente principio tiene relación con la ejemplificación, dónde según los autores, no se evidencia profundidad en el entendimiento de la obra, exigiendo un término medio. Según el autor de la obra 17th French queen Marie Antoinette - Design by Young & Battaglia, la intensión es la fusión de lo clásico con lo abstracto, a través de la inclusión de herramientas que le otorgan un nuevo significado a la obra, desde esta perspectiva el impacto es inmediato al percibir una imagen clásica manchada, provocando una reacción espontánea perspectiva.

Sinestesia: El diseño gráfico del cartel tiene relación con el principio de sinestesia, puesto que los elementos compositivos de la ejemplificación arremeten a los sentidos, propiciando reacciones cognitivas espontáneas, debido a la acumulación de información.

Caso 3.



Figura 4. La Dolça de Tickets - El Equipo Creativo 2014.

Inadecuación: El presente espacio interior realizado por El Equipo Creativo, estudio arquitectónico de Barcelona España, presenta rasgos kitsch desde la perspectiva del principio de inadecuación, puesto que, es notoria la presencia de elementos compositivos en escala desproporcionada, utilizando frutos y flores que envuelven el espacio para cumplir con un papel decorativo, así como también connotan la funcionalidad y el concepto endulzado del lugar de comercialización de postres.

Mediocridad: El punto focal, que en este caso es el cielo raso de la escenografía, está creado de manera literal, debido a que denota una correspondencia entre el producto de venta (postre) y la materia prima (fruta).

Acumulación: Los elementos recargados se utilizan como recurso para causar experiencia en el consumidor, al observar elementos desproporcionados en el espacio, se generan diversas sensaciones, capturando la atención del usuario.

Confort: El espacio tiene relación directa a su funcionalidad, por lo tanto, el significado es literal y provoca comodidad, debido a que no existe ninguna distracción que aparte la atención del objetivo práctico del lugar.

Sinestesia: El espacio Dolça de Tickets, presenta características relacionadas con el principio de sinestesia, al contar elementos multisensoriales instantáneos, que aluden a los sabores, y aromas.

Conclusiones

Tras analizar las ejemplificaciones, según la metodología planteada, en donde se enfatiza las características más sobresalientes del kitsch, identificadas por el autor Abraham Molles en su libro *el kitsch y el arte de la felicidad* en donde hace referencia al planteamiento de los autores Engelhardt y Killy, en el cual describe y caracteriza al kitsch desde el enfoque de cinco principios: 1. El kitsch se caracteriza por la inadecuación, deja de seguir una norma. 2. Acumulación y la barroquización. 3. La percepción sin estética, solo se piensa en el disfrute y goce. 4. La mediocridad, y 5. El confort.

De tal manera, que el análisis de la posible génesis del kitsch desde la perspectiva de varios autores, su mutación con el paso del tiempo de la mano de transformaciones sociales y culturales, hace que este fenómeno sea identificado como expansivo y voraz. Así lo explica el autor Padilla Chasing, quien en su estudio dedicado a Milan Kundera y su análisis de la categoría compleja del kitsch, se marca la expansión continua de esta corriente que va a un paso adelante de las transformaciones sociales, trasladándose a esferas éticas.

Es preciso contemplar al kitsch como un fenómeno prominente de la historia del arte, que ha establecido interrelaciones no solamente con este, sino con otros aspectos de la vida cotidiana del hombre contemporáneo, pues tal como han dictaminado algunos de sus observadores, el kitsch se ha desplazado al campo del arte, de la estética y de la ética (Chasing, 2010).

En este sentido, el kitsch posee un carácter voraz, expansivo, captura todas las artes, y es multiestilístico; es decir, está asociado a una transgresión de las normas. Es innegable su presencia en las ejemplificaciones seleccionadas, puesto que, su esencia es notoria al cumplir con los principios estudiados por los autores antes mencionados, concluyendo de esta manera, que la suma de dichas características determina la presencia de elementos formales y estéticos kitsch, en la práctica de los diversos ámbitos de la arquitectura y diseño contemporáneo.

Bibliografía

- Huysen, A. (2017). *Después de la gran división. Modernismo, cultura de masas, posmodernismo*. Buenos Aires: Ariana Hidalgo.
- Chasing, I. P. (2010). *Milán Kundera y el totalitarismo kitsch*. Bogotá: Centro Editorial, Facultad de Ciencias Humanas.
- Frigeri, F. (2018). *Pop Art*. Barcelona: Blume.
- Mecacci, A. (2018). *Boletín de Estética. Kitsch y Neokitsch*. Buenos Aires: Centro de Investigaciones Filosóficas.
- Qualter, T. (1994). *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*. Barcelona: Paidós.
- Eco, U. (1965). En *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Calinescu, M. (2002). *Cinco caras de la modernidad. Modernismo, vanguardia, decadencia, kitsch, posmodernismo*. España: Tecnos.
- Costa, J. (2009). *Diseñar para los ojos*. España: Costa Punto Com, S.L.
- Jameson, F. (2015). *Posmodernismo. La lógica cultural del capitalismo avanzado*. Buenos Aires: Laa marca editorial.
- Juez, F. M. (1999). *Contribuciones para una antropología del diseño*. Tepoztlán: Gedisa.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e Integrados*. España: Lumen.
- Moles, A. (1990). *El kitsch. El arte de la felicidad*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Barthes, R. (1982). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos y voces*. Francia: Paidós.
- Frigeri, F. (2019). *Pop Art. Art Essenciales*. London: Blume.
- Malo, C. (2006). *Arte y Cultura Popular*. Cuenca, Ecuador: Centro Internacional de Artesanías y Artes Populares, CIDAP.
- Canclini, N. G. (Agosto de 1983). *Culturas Populares e Indígenas*.
- Canclini, N. G. (1990). En *Culturas Híbridas*. Buenos Aires: Paidós Ibérica SA.
- Barnicoat, J. (2000). *Los carteles, su historia y su lenguaje*. México: Gustavo Gilli.
- Mitchell, W. (1996). *¿Qué quieren realmente las imágenes?* México: COCOM.
- Ford, A. (1985). *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires, Argentina: Legasa.
- Hall, S. (1984). *Notas sobre la deconstrucción de lo popular*. Barcelona, España: Ralph.
- Canclini, N. G. (1999). *La globalización imaginada*. Barcelona, España: Paidós.
- Alabarces, P. (2014). *Transculturas pospopulares. Las culturas populares, las hibridaciones y lo nacional - popular. Oficios Terrestres(30)*.
- Chwast, S. (5 de junio de 2010). *sities.google.com*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/historiadeldisenografico1/el-siglo-xx/raices>

- www.sitographics.com*. (27 de diciembre de 2012). Obtenido de <http://www.sitographics.com/conceptos/temas/historia/cartel.html>
- Saavedra, F. F. (2007). Estética popular y espacio urbano: El papel del graffiti, la gráfica y las intervenciones de calle en la configuración de la personalidad de barrio. *Revista de Dialectología y Tradiciones populares*, *IXII*(1), 111-114.
- Beard, R. (4 de 10 de 2012). *www.culturacolectiva.com*. Obtenido de www.culturacolectiva.com/losmuralistas-mexicanos/
- Rojas, C. (20 de 04 de 2014). *www.esteticascanibales.blogspot.com*. Recuperado el 29 de 02 de 2016, de <http://esteticascanibales.blogspot.com/2014/04/estrategias-de-diseno-neo-ancestralistas.html>
- Neufeld, M. R. (s.f.). Crisis y vigencia de un concepto: La cultura de la óptica.
- Rivera, S. (2010). *Ch'ixinakax utiwa: una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores*. Buenos Aires, Argentina: Tinta, limón y Retazos.
- (2012). En M. Kingman, *Arte contemporáneo y cultura popular en caso de Quito*. Quito, Pichincha, Ecuador: FLACSO, Sede Ecuador.
- Azuay, R. d. (2012). Cultura Popular. *Universidad - Verdad*(59).
- Hallnäs, L. (s.f.). *On the foundation of interaction design aesthetics: revisiting th notions of form and expression*.
- Entwistle, J. (2009). *The aesthetics of economic fashion. Markets and values in clothing and modelling*. Oxford : Berg.
- www.conceptodefinicion.de* . (s.f.).
- Morin, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo*. Francia.
- Valarezo, G. (2014). *Una iconografía multicolor en la mitad del mundo: las bellas y diversas expresiones del Ecuador aborígen*. Quito, Ecuador.
- Algarra, M. (2003). 167.
- Algarra, M. (2003). 166.
- Rojas, C. (2011). *Estéticas canibales*. Cuenca, Azuay, Ecuador: Cuenca : Fundación Municipal Bienal de Cuenca.
- Barzallo, D. (24 de Abril de 2016). Ejemplificaciones - Cartel. (J. Mena, Entrevistador)
- Quattrucci, G. A. (2011). *Walter Benjamin y el surrealismo. Formas de filiación entre arte y política*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Marín, M. (2015). El Cartel Teatral en Andalucía. De la era analógica a la digital 1960-2000. En M. M. Galardo, *El Cartel Teatral en Andalucía. De la era analógica a la digital 1960-2000*. Málaga: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga.
- Farga, M. d. (2012). Historia del Arte. En M. d. Mullor, *Historia del Arte*. Ciudad de México: Pearson Educación de México.

Abstract: Kitsch is a recognizable category that interprets the denial of taste, this generalized and omnipresent phenomenon, is in continuous transformation. While for several authors kitsch is presented as a form of aesthetic lie, which consumes imitations, synthesizes in a vague and allegorical way the artistic avant-gardes; Over time, it changes its ap-

pearance, gains strength and intensifies with the development of technology and technical reproducibility, creating a commercial culture and a consumer society.

Taking into account the mutations that kitsch has presented over time, this proposal focuses on showing the various manifestations of this voracious and influential phenomenon, which constantly permeates the fields of design and architecture, consequently, its formal characteristics and Aesthetics can be evidenced in the selected exemplifications.

Keywords: Kitsch - Design - Architecture - Art - Avant-garde - Mass Culture.

Resumo: Kitsch é uma categoria reconhecível que interpreta a negação do gosto, esse fenômeno generalizado e onipresente está em contínua transformação. Enquanto para vários autores o kitsch é apresentado como uma forma de mentira estética, que consome imitações, sintetiza vaga e alegoricamente a vanguarda artística; com o tempo, muda de aparência, ganha força e se intensifica com o desenvolvimento da tecnologia e da reprodutibilidade técnica, criando uma cultura comercial e uma sociedade de consumo.

Levando em conta as mutações que o kitsch vem apresentando ao longo do tempo, esta proposta se concentra em mostrar as diversas manifestações desse fenômeno voraz e influente, que permeia constantemente os campos do design e da arquitetura, portanto, suas características formais e estéticas podem ser evidenciadas nas peças selecionadas exemplificações.

Palavras chave: Kitsch - Design - Arquitetura - Arte - Vanguarda - Cultura de Massa.

[Las traducciones de los abstracts fueron supervisadas por el autor de cada artículo]
