

La estética camp: una visión interdisciplinaria desde el diseño y el psicoanálisis

Julia A. Mena Freire ⁽¹⁾

Marco A. Mena Freire ⁽²⁾

Resumen: La cultura de masas evidencia la reproducción de imágenes y expresiones que forman parte de la cotidianidad. En este aspecto, el camp, estética que data desde 1960, parte de un adjetivo que es utilizado para señalar rasgos exagerados, basa sus características en el humor y la ironía, asienta sus cualidades y condiciones en la banalidad, está creada con el objetivo de provocar, y se encuentra presente en prácticas sociales y manifestaciones estéticas. Desde esta óptica, es la escritora, Susan Sontag, quien en una serie de ensayos contenidos en *Against Interpretation: And Other Essays*, realiza una serie de señalizaciones en torno al término y lo sitúa como un fenómeno estético y cultural. A este criterio descriptivo sobre el camp se suma otro punto de vista que aporta a un entendimiento global de la temática: la perspectiva psicoanalítica. En este sentido Élizabéth Roudinesco, psicoanalista y escritora francesa, ha analizado el contexto de los excesos, excentricidades, extravagancias, desórdenes y reverses tanto en la historia de las sociedades hasta nuestros días. Desde ambas perspectivas, la presente investigación tiene como objetivo analizar casos de diseño con componentes camp, desde la descripción estética, a su vez, se suma la mirada de varios posicionamientos divulgados por la autora Sontag y finalmente; la investigación se complementa con criterios psicoanalíticos que permitan obtener puntos de vista variados sobre la expresión del camp como fenómeno estético, cultural y social, con la finalidad de señalar la significación de esta corriente y su constante fluctuación en esferas del diseño y el psicoanálisis.

Palabras clave: Camp - diseño - psicoanálisis - gestión del conocimiento - educación

[Resúmenes en inglés y portugués en las páginas 234-235]

⁽¹⁾ **Julia Andrea Mena Freire.** 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. ja.mena@uta.edu.ec

⁽²⁾ **Marco Antonio Mena Freire.** Docente Investigador en la Facultad de Ciencias de la Salud, Carrera de Psicología Clínica, Universidad Técnica de Ambato, Magister en Psicoanálisis de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. ma.mena@uta.edu.ec

Introducción

El presente artículo se enfoca en varias notas publicadas de Sontag (1964), las cuales describen categóricamente las características de esta estética. Para empezar, la autora se acerca a una definición del Camp, el cual se establece por la estilización y el artificio, calificándolo como una norma de esteticismo. Hace énfasis las texturas, la sensualidad y el estilo, a expensas del contenido a su vez, se arraiga en el artificio, pues en la naturaleza nada puede ser Camp, todos los objetos, y las personas contienen una parte considerable de artimaña, responde particularmente a lo marcadamente atenuado y a lo fuertemente exagerado.

Más adelante la autora describe a lo camp, como un gusto en las personas, de marcar atributos viriles en lo femenino; y cualidades femeninas en lo masculino siendo aliado de lo andrógino. De esta manera, señala los amaneramientos de la personalidad, además, está abierto al doble sentido, dónde la dicotomía no tiene lugar, al contrario, el camp lo ve todo entre comillas, utiliza a la metáfora y a la teatralidad; del mismo modo, es el triunfo del estilo epiceno y el artificio. Según Augusto Solórzano, la estética vincula maneras de ver, de sentir y de pensar. (Sontag, 2015, p. 140).

También señala que lo único importante en lo camp es destronar lo serio y señala como una de sus características principales al factor lúdico, a su vez, Sontag se encarga de describir la relación del Camp con el pasado, es netamente sentimental, rechaza tanto las armonías de la seriedad tradicional como los riesgos de una identificación absoluta con estados extremos del sentimiento y responde al problema: cómo ser dandi en la época de la cultura de masas. Finalmente concluye en que la experiencia del mundo constantemente es estética. Encarna una victoria del estilo sobre el contenido, de la estética sobre la moralidad, según Betts (2017) la reactualización del gusto y las formas con las que se corresponde se halla condicionada por la función estética, gracias a la moda de la ironía sobre la tragedia. El sello de lo camp es el espíritu de extravagancia.

Por otra parte, el psicoanálisis de la orientación lacaniana se ha caracterizado, sin dudas, por la apertura al diálogo con áreas del conocimiento diversas (como la Lingüística, la Literatura, la Filosofía, las Matemáticas), integrándolas a su corpus teórico y produciendo así saberes híbridos como solución al imperativo de entender, explicar y abordar su campo de estudio. A partir de esta perspectiva, el psicoanálisis puede aportar con su entramado teórico, a mirar la estética Camp desde otros lineamientos que permitan comprenderlo abordando sus particularidades como fenómeno social; encontrando puntos de convergencia entre los elementos representativos que emergen del análisis realizado al Camp con consideraciones teóricas que nacen de la clínica psicoanalítica pero que aterrizan en el terreno de análisis de circunstancias que emergen en la sociedad.

Marco Teórico

Etimológicamente el origen del Camp proviene del francés camper que significa posar de una manera exagerada, su naturaleza radica en la sensibilidad estética que se basa en el humor, la ironía y la exageración, sus cualidades y condiciones se fundamentan en la

banalidad y la superficialidad. Dicha estética es registrada en 1909 por primera vez en el diccionario *Passing English of the Victorian Era*, para posteriormente incluirse en el *Oxford English Dictionary*, ambos describen al camp con adjetivos relacionados a la exageración, teatralidad, y la homosexualidad. Para el autor Halperin (2012), el camp expresa ironía y subversión por medio de figuras retóricas, en su obra: *Cómo ser gay*, relaciona a dicha estética con la escena queer desde la subjetividad y las prácticas culturales a lo largo de los años. En el mismo contexto, para la autora Lidia Santos, en su libro *Tropical Kitsch, los Medios en la Literatura y el Arte de América Latina*, nombra al Camp como comportamientos y acciones humanas que se rodean de objetos kitsch. (Halperin, 2012, p. 25).

Los componentes del camp, están relacionados con gestos exagerados, se muestra de manera ostentosa, teatral, artificial y alegórica; ridiculiza la dignificación social; del mismo modo, exalta la feminidad en la masculinidad y la feminidad en la misma feminidad, muy a diferencia de la clásica percepción de la mujer, como lo indica Vergara (2020) explora el rol estereotipado de la mujer en la publicidad, profundiza en el patrimonio gráfico y su relación en el imaginario de consumo femenino.

En esta misma línea, el Camp trata temas delicados como tragedias sociales, pero desde un punto de vista irónico, es la versión perversa del kitsch, para la autora Mena (2022), 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. Esto quiere decir, que mientras al kitsch se manifiesta de manera no intencional, el camp está creado con el objetivo claro de provocar. De la misma manera, Santos (2001), los medios en la literatura y el arte de América Latina, define al Camp como una actitud estética que permite tener cierta autoridad para seleccionar entre objetos de buen o mal gusto, también formula que es la noción y reivindicación de la apariencia, no solo se reconoce a sí mismo, sino que también se reconoce en los comportamientos de otros similares a él. Con este autorreconocimiento, el Camp se impone a la sociedad como distinguido porque expone su comportamiento el bilingüismo culto, es decir, el dominio de los distintos códigos en que se expresan los diferentes niveles de una sociedad.

El Camp es una estética que basa su atractivo en un cierto mal gusto, desde la perspectiva de Mora (2017), en su investigación comenta que el éxito del kitsch desde el punto de vista de patrones de neuroestética en el arte, habla sobre una transformación del término camp, desde su aparición en 1909 y su asociación con lo ostentoso y exagerado, pasando a mediados de 1970 y su vínculo con lo banal, el artificio, la mediocridad y la ostentación extrema para irradiar sofisticación. (Mora, 2017, p. 12).

Sontag (1964) manifiesta en su publicación: *Notas sobre el Camp*, publicado en la revista *Partisan Review* en el año de 1964, consiguió especificar las características más esenciales del esta corriente estética, cultural y social. En términos muy generales: lo camp es una cierta manera del esteticismo. Una forma de mirar al mundo como fenómeno estético. Esta manera, la manera camp, no se establece en términos de belleza, sino de grado de artificio, de estilización. 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 inconfundiblemente moderna, una variante de la sofisticación, pero difícilmente identificable con ésta que atiende por “camp”, un nombre de culto. (Sontag, 1964, p. 54).

La autora se refiere en su artículo a la sensibilidad que constituye al Camp, el cual radica en el amor a lo no natural, para explicar dicho fundamento, Sontag relata en sus notas la forma más apropiada de atrapar algo de esta sensibilidad particularmente huidiza.

El presente artículo, justamente, se enfoca en varias notas publicadas de Sontag (1964), las cuales describen categóricamente las características de esta estética. Para empezar la autora se acerca a una decisión del Camp, el cual se establece por la estilización y el artificio, calificándolo como una norma de esteticismo, hace énfasis las texturas, la sensualidad y el estilo, a expensas del contenido a su vez, se arraiga en el artificio, pues en la naturaleza nada puede ser Camp, todos los objetos, y las personas contienen una parte considerable de artimaña, responde particularmente a lo marcadamente atenuado y a lo fuertemente exagerado. (Sontag, 1964, p. 5).

Más adelante describe a lo camp, como un gusto en las personas, de marcar atributos viriles en lo femenino; y cualidades femeninas en lo masculino siendo aliado de lo andrógino, (Sontag, 1964, p. 62). De esta manera, señala los amaneramientos de la personalidad, además, está abierto al doble sentido, dónde la dicotomía no tiene lugar, al contrario, el camp lo ve todo entre comillas, utiliza a la metáfora y a la teatralidad; del mismo modo, es el triunfo del estilo epiceno y el artificio. Según Solórzano (2015), la estética vincula maneras de ver, de sentir y de pensar.

También señala que lo único importante en lo camp es destronar lo serio y señala como una de sus características principales al factor lúdico, a su vez, puntualiza que la relación del Camp con el pasado, es netamente sentimental, (Solórzano, 2015, p. 59). Rechaza tanto las armonías de la seriedad tradicional como los riesgos de una identificación absoluta con estados extremos del sentimiento y responde al problema: cómo ser dandi en la época de la cultura de masas. Finalmente concluye en que la experiencia del mundo constantemente es estética, según Betts (2017), la reactualización del gusto y las formas con las que se corresponde se halla condicionada por la función estética, gracias a la moda de la ironía sobre la tragedia. El sello de lo camp es el espíritu de extravagancia, como, por ejemplo: Camp es una mujer paseándose con un vestido hecho con tres millones de plumas. (Sontag, 1964, p. 14).

Desde el Psicoanálisis

Es factible observar varias características representativas de la estética camp a la luz de la teoría psicoanalítica para poder tener otra perspectiva del tema. En el camp se subraya un aspecto transgresor a las normativas sociales, cuyo objetivo busca generar inestabilidad en el contrato social de una cultura que trata de sostenerse dejando de lado, o reprimiendo, sus deseos por el bien del grupo. De alguna manera, una comunidad de individuos se organiza de tal manera que puedan tener objetivos en conjunto, y es ahí donde el aspecto del camp que busca producir incomodidad encuentra un espacio óptimo para expresarse porque apela a elementos reprimidos de la psique humana. Según De Santiago et al. (2019) todos los individuos inmersos en la misma cultura se sacrifican por el bien común y re-

nuncian a una parte de sí para estar en consonancia con los demás. Dicha situación conlleva cierta paradoja: lo vetado es también lo más deseado por la humanidad; sin embargo, Peskin (2021) en contraparte señala: Hemos sido testigos en el siglo pasado y el inicio de este de las expresiones más brutales de odio sistematizado, el que adquirió formas que demuestran que la cultura, la ciencia y la tecnología, así como la riqueza, estuvieron al servicio de la devastación. (Peskin, 2021, p. 16).

(De Santiago, Lin Ku, & García, Erotismo y Perversión: Un diálogo entre psicoanálisis y filosofía, 2019). La psicoanalista Roudinesco (2009), en su libro *Nuestro lado Oscuro*, una historia de los perversos, realiza un recuento de hechos históricos (sociales, políticos, psicológicos, sexuales) alrededor de este fenómeno. En su texto señala que la perversión y cualesquiera que sean sus figuras, siempre se relaciona, como antaño, pero a través de nuevas metamorfosis, con una especie de negativo de la libertad: aniquilación, deshumanización, odio, destrucción, dominio, crueldad, goce. (Roudinesco, 2009, p. 36).

Por lo tanto, la idea de perversión que se presenta estaría ligada a lo que de manera intencionada genere malestar al ser humano, mismo que trataría de convivir en unidad con sus pares, y por ende para ello es estructurante la presencia del lenguaje porque es lo que nos haría pasar de la naturaleza a la cultura. En relación con este criterio, García y Rodríguez (2021) al hablar del lenguaje en análisis de textos fílmicos señalan: El sujeto no tiene ni la última ni la primera palabra porque el lenguaje siempre es el heredado. Luego, toda palabra, como ocurre con la identidad, es prestada y de algún modo impropia, tal y como sugiere Almodóvar cuando nos adentra en doblajes o presenta personajes impostores. Así, antes de nacer el otro nos espera, nos nombra y el yo teje su identidad con las vestiduras de las identificaciones familiares. Aludir al sujeto hablado implica preservarlo como pregunta y no agotarlo en una afirmación yoica o reafirmación identitaria. (García & Rodríguez, 2021, p. 97).

Por consiguiente, la perversión sería intrínseca al desarrollo de la civilización en sus diferentes áreas ya que su presencia busca trastocar los límites impuestos por las sociedades. El término perversión, según López y Capetillo (2020), se asocia con algo que da vuelta, que se invierte o se desvía de su curso. Las variaciones respecto de su significado se presentan en los distintos ámbitos y contextos en donde se utiliza, por expresar diversas connotaciones. (López & Juan, 2020) Es una palabra que denotaría una versión de lo establecido, una suerte de interpretación propia sobre una legalidad que se da fuera de ella; es decir, para poder tergiversar o desviar lo normado debo conocer de los estatutos preestablecidos. En este sentido, el acto que pretende trastocar lo que es común o estandarizado, está dirigido explícitamente a producir cambios en los códigos de la comunidad. Las consecuencias del impacto que se pretende con esto podrían ir desde tratar de aleccionar a los miembros de ese grupo sobre una determinada problemática como también romper con cánones establecidos o morales por mera satisfacción de un goce hostil. Como muestra de ello, se puede tomar el análisis de cine que realiza Fernández et al. (2021), si bien el cine de la crueldad (de André Bazin) tenía un fin moralista, actualmente existe un deleite en la miseria humana. (Fernández, Romero, y Belén, 2021, p. 42).

Sobre la idea del aspecto intrínseco de la perversión en la sociedad, Reyes (2019) considera: encontramos una manera de vincular la perversión con la pulsión, una y otra son formas transgresivas por antonomasia, con lo cual el deseo perverso halla una manera

de expresión cuya máxima sería: está prohibido hacer esto, pero de todos modos lo haré. (Reyes, 2019, p. 51)

El objetivo de afectar los parámetros establecidos en la sociedad mediante un acto considerado perverso podría entenderse como una suerte de reacción defensiva inconsciente ante normativas demasiado tajantes que generan consecuencias de angustia o malestar; lo que da como resultado que sean inaceptables los lineamientos que rigen la convivencia de una comunidad y que finalmente se los desmienta. Para Revuelto (2020) la desmentida excluirá la percepción o, mejor dicho, aquella verdad que se impone junto a su inscripción inconsciente, siendo una tarea de exclusión simbólica de un elemento que podría estar en relación y/o conexión con algo de lo cual no se quiere saber nada. (Revuelto, 2020, p. 22). La intencionalidad de afectar la normalidad o armonía que pretende alcanzar la sociedad con sus reglas puede también convertirse en demasiado estricta o hasta dictatorial, por lo que la idea de perversión para Roudinesco (2009) también implica creatividad, superación, grandeza. En este sentido puede entenderse como el acceso a la libertad más elevada, puesto que autoriza a quien la encarna a ser simultáneamente verdugo y víctima, amo y esclavo, bárbaro y civilizado. La fascinación que ejerce sobre nosotros la perversión tiene que ver precisamente con el hecho de que puede ser tanto sublime como abyecta. De alguna manera esta posibilidad de que la transgresión sea parte inherente a la cultura podría considerarse paradójico; sin embargo, desde este punto sería una necesidad social para permitirse el acceso a la satisfacción de deseos que ponen en falta a la sociedad, o la misma no se atreve a cumplirlos por la represión en la que se encuentra. En consecuencia, se pueden observar en la sociedad las manifestaciones de la perversión en sus dos caras: la sublime cuando se muestra desde la creatividad, arte y voz de lo que no se permite mostrar o es inconfesable; y por otra parte lo más desdeñable del ser que está volcado al goce destructivo del sostén social de una manera sádica o impúdica. En suma, sugiere Escobar (2021) De modo que la vida humana se rige por dos principios, ya que placer-displacer son uno solo, que no se destituyen, sino que coexisten. (Escobar, 2021, p. 8).

Al pretender abordar la estética camp es importante considerar la temporalidad del momento. No es el mundo contemporáneo el mismo en el cual surgió esta tendencia; sin embargo, siguen existiendo reglas que transgredir, aunque posiblemente sean más laxas en comparación a las de las décadas anteriores, o quizá la construcción superyoica (incorporación de las normas) sea diferente. En este caso, Guzmán (2021) señala que:

Es posible, en este momento histórico, que encontremos otra cultura superyoica. Ya no sería la de una de comunidad neurótica concernida por una culpa que engendra malestar. Tendríamos una cultura superyoica que hace girar comunidades, grandes y pequeñas, incluidas las digitales, en torno a órdenes perversas, las cuales de modo imperioso dictan: “Hágalo sin culpa”. (Guzmán, 2021, p. 14).

En conclusión, el dar una perspectiva psicoanalítica sobre el camp desde una interrelación con las características de la perversión, permite que se pueda articular un esbozo de nuevos criterios capaces de enriquecer tanto teórica como técnicamente ambas posturas: la del diseño y del pensamiento psicoanalítico.

Metodología

La metodología planteada en la presente investigación examina casos de diseño con componentes Camp, para ello se vinculan tres perspectivas: primero, el análisis estético que extrae la parte compositiva de cada caso de estudio, el autor y diseñador Dabner (2008) en su obra: *Diseño gráfico. Fundamentos y prácticas*, indica que es prioritario identificar los siguientes puntos: estructura, cromática, composición, forma y espacio, fondo figura, simetría / asimetría, forma tridimensional, tipografía, legibilidad, contraste y peso. Para Silva (2021), las imágenes son potentes armas de resistencia y catalizadoras de la experiencia que nos permiten trabajar nuestro pasado y presente.

La segunda perspectiva se articula con el posicionamiento divulgado por la autora Sontag (1964), dónde caracteriza a dicha estética en el contexto de los años sesenta y finalmente, la tercera perspectiva enlaza los criterios psicoanalíticos de la autora Roudinesco (2009), que permiten observaciones diversas sobre la expresión del camp como fenómeno estético, cultural y social, con la finalidad de señalar la significación de esta corriente y su constante fluctuación en esferas del diseño y el psicoanálisis.

Como podemos observar en la figura 1, notamos claramente que las tres perspectivas dialogan entre sí, y este vínculo abarca parte de la complejidad que implica el Camp, ya que contiene a la estética, pero también a expresiones sociales y manifestaciones culturales además del punto de vista del psicoanálisis, por esta razón, es necesario relacionar varios enfoques para asimilar a esta manifestación estética de forma profunda, en este sentido, el análisis nos lleva a contemplar la evidente presencia de dicho fenómeno que data de 1909 hasta la actualidad. Según Betts (2017) la reactualización del gusto y las formas con las que se corresponde y se halla condicionada por la función estética, gracias a la moda cíclica. Así, el apetito que mueve, en gran medida, la ilusión de cambio de los objetos diseñados es alimentado conscientemente por la función estética; y, a su vez, la ilusión democrática, de manera paradójica, es impulsada inconscientemente por la función distintiva (Betts, 2017), dicha postura se aplica en el eterno retorno del Camp.

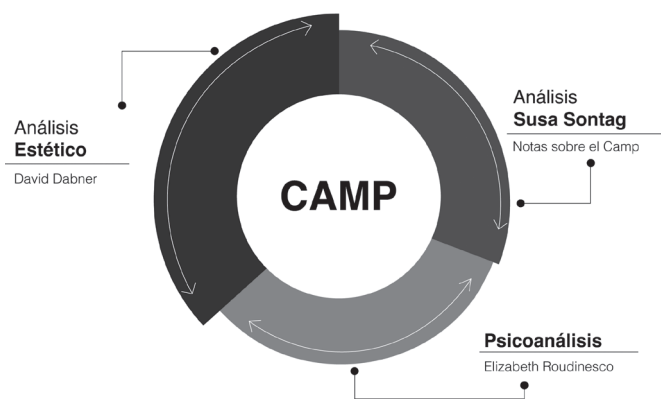


Figura 1. Esquema relacional de aplicación metodológica

Caso 1

Futura es un estudio creativo establecido en la Ciudad de México y fundado en 2008 con la meta de transformar los métodos tradicionales de diseño, intentando cambiar la forma en la que comúnmente se desarrolla y consume. El proyecto Tacos – tacos (Figura 2), descontextualiza imágenes icónicas de la animación clásica de Disney para apropiarse y aplicarlos en el sistema gráfico del restaurante, encontramos trabajo de *branding*, *packaging*, industrial, souvenirs y demás productos diseñados para este espacio. Para Futura estudio creativo, la imagen implementada es la reinterpretación de la reinterpretación mexicana.



Figura 2. Caso de estudio:
Restaurante Tacos – tacos
Nota. Estudio de diseño: Futura
(2015). Ciudad de México –
México. Fuente: [https://www.
behance.net/MFutura](https://www.behance.net/MFutura)

Análisis desde la perspectiva de Susan Sontag

El presente caso muestra de forma irónica a personajes de Disney, poseen deformaciones e intencionalmente lucen así para mantener la conceptualización de la línea gráfica y causar una reacción con humor, Sontag (1964) caracteriza al Camp y dice: El Camp es la sensibilidad de la seriedad fracasada, de la teatralización de la experiencia. Lo camp rechaza tanto las armonías de la seriedad tradicional como los riesgos de una identificación absoluta con estados extremos del sentimiento. El camp lo ve todo entre comillas, no es una lámpara, sino una “lámpara”; no es una mujer, sino una “mujer”. (Sontag, 1964, p. 24), al igual que en el caso 1, no es Mickey mouse, sino “Mickey mouse”, no es Bambi, sino “Bambi”.

Análisis desde la perspectiva Psicoanalítica de Élizabeth Roudinesco

Al articular una perspectiva psicoanalítica con el Camp, se puede apreciar que la estética del diseño del restaurante de tacos cumpliría con los atributos señalados al efecto del fenómeno de la perversión, ya que en principio se observa una intencionalidad de generar una escisión de los parámetros que se consideran establecidos para lo que culturalmente se considera propio de un restaurante de gastronomía tradicional mexicana, entendiéndose que la cocina de un pueblo es una manifestación de su cultura y tradición culinaria. Entonces se entiende la desviación intencional hacia el uso de imágenes extranjeras, burlescas y asimétricas que no concuerdan con los lineamientos esperados para un negocio de comida de ese estilo; y que, al contrario, representan de cierta manera otro tipo de valores o ideología diferente con lo que podría simbolizar esa comida. En este sentido, Javier (2021) menciona: En este momento de crisis mundial estamos obligados a reconsiderar el trabajo de cultura atravesándolo de nuevo, cada sujeto implicado e implicándose en la cultura, su cultura que se hace cultura global, cultura de la humanidad. (Javier, 2021, p. 175). A esto, al parecer se suma la puesta en escena de una fotografía de un plato que en su presentación funge de un estilo gourmet pero que representa a la comida popular de una sociedad. Por tal motivo, estos elementos señalados tienden a generar una provocación o inquietud sobre lo que se entendería que “debería” ser el diseño de un restaurante de comida típica mexicana.

Análisis desde la perspectiva estética de David Dabner

- **Forma y espacio:** Para este caso, el estudio creativo Futura realiza una reinterpretación de la cultura mexicana descontextualizando los signos y símbolos propios de sus costumbres, complejizando la composición de las formas que son una copia inferior y sin gusto de íconos mundiales que se hacen reconocibles pero con un toque de mal gusto, sin una diagramación modular establecida cargada de repeticiones al azar tipo trama, acompañada de una tipografía de palo seco de trazos largos muy propios de la familia de las san serif, que le dan equilibrio a estas piezas gráficas. Todas estas formas de color, resalta la gráfica hacia un estilo vintage y artesanal de la vieja imprenta manual, dando a las formas una connotación muy diferente inacabada e irregular en sus trazos y terminados que contrastan con la claridad del soporte blanco.
- **Fondo y figura:** Según el estudio de diseño autores de la pieza en análisis, las formas sobresalen de su fondo claro con contraste de figura y fondo llamando la atención a los iconos realizados como un estilo a mano alzada, y logrando legibilidad debido al mismo. Las figuras en este caso los íconos que se utilizan no tienen acogida dentro de la cultura mexicana, dando un giro totalmente a la gráfica tradicional usada en casos de imagen de pequeños restaurantes de comida tradicional.
- **Simetría y asimetría:** Considerando que la simetría es el equilibrio que existe entre las partes de la composición, podemos decir que en este caso el uso de las repeticiones de las formas icónicas no llama la atención a ninguno de sus lados, convirtiendo la misma en una composición simétrica.

- **Forma tridimensional:** No existe una forma tridimensional expuesta en la representación gráfica “carta menú” del caso de la “taquería” que se está observando, ya que existe una composición bidimensional basada en las estilizaciones de personajes conocidos en la cultura estadounidense.
- **Entender y seleccionar tipos de letra:** El momento de la selección tipográfica es primordial en la efectividad desarrollo comunicacional de la carta menú, aquí los autores usan una fuente de estilo san serif, en la que los trazos no tienen terminaciones haciendo que se equilibre la composición con las formas orgánicas de las formas utilizadas.
- **Claridad y legibilidad:** La tipografía usada en la diagramación de la carta menú, por lo general son parte fundamental de los componentes que forman toda la composición, en donde el contraste de color y de fondo y figura resalta la forma, llegando a ser muy clara la legibilidad de la pieza gráfica comunicacional.
- **Composición:** En la gráfica, la composición es muy sólida ya que se habla de una simetría en donde los elementos gráficos están ubicados de manera que el soporte sea armónico, los trazos orgánicos de las representaciones icónicas. La estructura tipográfica asemeja a las posibilidades compositivas de la imprenta de tipos móviles, recurriendo al sentido emocional de la comunicación llegando a la idea de la tradicionalidad que consideramos ahí se encuentra la conceptualización que se busca con respecto a la taquería.
- **Peso:** Con ayuda del uso de los elementos de la composición se puede determinar el peso visual del diseño de una pieza gráfica, y en este caso los elementos están dispuestos de manera que existe una armonía logrando que se todos los componentes sean fácilmente identificables.
- **El color en las emociones y el lenguaje:** El uso de color está extremadamente ligado con las emociones de los seres humanos, como una forma de comunicación de sus sentimientos, y lo que se quiere resaltar en este caso con el uso del color azul nos lleva a la relación de lo antiguo con lo artesanal, apelando a la memoria e infancia de los comensales, despertando añoranza que es hacia donde apunta la impresión de la marca mexicana.

Caso 2

Estudio yeyé es una oficina integral que ofrece estrategia, diseño y producción para todo tipo de proyectos comerciales, relacionados al desarrollo de la marca, definiendo el factor diferencial en el mercado. El proyecto realizado para el restaurante de comida Tailandesa Chang se aplicó varios componentes del diseño gráfico como la ilustración digital, collage, fotomontaje, branding, editorial y demás, se los puede apreciar en formatos de varias formas y tamaños, además de soluciones tridimensionales para interiorismo y objetos, así como también innovadoras soluciones de marketing (figura 3). El objetivo es proveer al cliente un trabajo innovador y de alta calidad que ayude al crecimiento de su negocio.



Figura 3. Caso de estudio: Restaurante de comida Tailandesa Chang.

Nota: Estudio de diseño: yeyé estudio (2017). Ciudad de México – México. Fuente: <https://www.behance.net/gallery/54492303/Chang>

Análisis desde la perspectiva de Susan Sontag

El caso número 2, muestra un collage de imágenes que tienen o no relación a la cultura tailandesa, las fotografías utilizadas para publicitar este restaurante manipulan imágenes de la cultura del pop art, animaciones, videojuegos, comic y se encuentra enlazado con formas cliché de Tailandia. Sontag (1964) comenta que lo camp es la experiencia del mundo constantemente estética. Encarna una victoria del “estilo” sobre el “contenido”, de la “estética” sobre la “moralidad”, de la ironía sobre la tragedia, de esta manera, se relaciona con la ejemplificación porque es notorio el énfasis en llamar la atención con imágenes estridentes, más que profundizar en el concepto. (Sontag, 1964, p. 27). En el ejemplo podemos observar imágenes relacionadas con la infancia, o recuerdos de la niñez, como la presencia de picachu o animes, por lo tanto, esta acción se articula con la nota 56 de Sontag (1964): El gusto camp es una especie de amor, amor a la naturaleza humana. Más que juzgar, saborea los pequeños triunfos y las poco hábiles intensidades de la “personalidad”. El gusto camp se identifica con lo que deleita. Las personas que comparten esta sensibilidad no ríen ante la cosa que etiquetan como camp; simplemente, se deleitan. Lo camp es un sentimiento tierno.

Análisis desde la perspectiva Psicoanalítica de Élizabth Roudinesco

El segundo diseño muestra también (al igual que el primero) características de búsqueda deliberada de una ruptura de los estándares establecidos para lo que se concebiría como un restaurante de gastronomía tradicional tailandesa. En este sentido, el diseño realizado no contempla la particularidad cultural de los países asiáticos considerados en la composición. Por otro lado, se muestran diferentes símbolos, frases inconexas, exageración del color e imágenes recargadas de la cultura pop, uso herético de íconos relacionados con algún tipo de espiritualidad. En este aspecto parece que se busca que los límites culturales se disuelvan en una amalgama despojada de estilo propio, o que irónicamente esa falta de sentido pueda ser considerada en un nuevo estilo o tendencia donde se contemple más su impacto que su contenido. Roudinesco (2009) menciona:

Si la sociedad mercantil de hoy está convirtiéndose en una sociedad perversa es debido a la identificación con el ideal de una fetichización globalizada del cuerpo y el sexo de los humanos y los no humanos, y a través de la prevalencia generalizada del borrado de todas las fronteras: el humano y el no humano, el cuerpo y la psique, la naturaleza y la cultura, la norma y la transgresión de la norma, etc.

Análisis desde la perspectiva estética de David Dabner

- **Forma y espacio:** El estudio mexicano Yeye Design creó esta nueva y enérgica identidad de marca para un restaurante local de fusión “Chang”, en donde se mezclan una gran cantidad de elementos visuales propios de la cultura tailandesa. El uso de fotografías y representaciones asiáticas hacen que la creación de esta identidad rompa con el esquema de una imagen tradicional, en donde se apela al reconocimiento de íconos tradicionales, en composiciones insólitas llenas de mucho color, contraste y tipografías, apelan al reconocimiento de íconos e imágenes que nos trasladan a sus orígenes. Para Dabner, el diseño gráfico a través del uso de sus elementos logra llamar la atención hacia un punto central en donde se ubica la fotografía y alrededor de ésta una organización de elementos que contribuyen a la composición.
- **Fondo y figura:** la presencia de formas en contraste con fondos permite resaltar y complementar la identificación de cada una de estas partes, logrando la participación de equilibrada de estas con el uso de colores complementarios entre estilizaciones positivas y negativas. Creando un concepto de identidad basado en íconos propios de la cultura oriental, creando algo muy diferente y moderno totalmente diferente a la imagen de un restaurante de este tipo.
- **Simetría y asimetría:** La presencia de las estilizaciones orgánicas lineales de los referentes orientales sobre la utilización de una composición de colores complementarios en contraste nos dan una simetría visual equilibrada en sus partes, y la presencia de la tipografía complementa el mensa de los propuesto.

- **Forma tridimensional:** Al usar fotografías dentro de la composición de las piezas gráficas de la imagen caso de análisis, podemos diferenciar una tridimensionalidad que se compone de luces y sombras que ayudan a la forma tridimensional de la imagen.
- **Entender y seleccionar tipos de letra:** El estudio de diseño autores de la imagen de Chang utilizan una fuente tipográfica orgánica con presencia de curvas y esenciales en el reconocimiento de una estética oriental. Acercándose a la intención del concepto.
- **Claridad y legibilidad:** La claridad y la legibilidad depende del contraste de la morfología de los componentes tipográficos con los fondos de color, que permitan la identificación de sus formas.
- **Composición:** La presencia de iconos relevantes de la cultura oriental dentro de los Aspectos como la geometría, el color y la composición juegan un papel esencial en la estética japonesa.
- **Peso:** Con ayuda del uso de los elementos de la composición se puede determinar el peso visual del diseño de una pieza gráfica, el peso visual lo identificamos analizando a las piezas gráficas por separado, sin embargo, el conjunto de imágenes que se puede apreciar genera un entorno recargado, sin espacios vacíos ni silencios.
- **El color en las emociones y el lenguaje:** El uso de color está extremadamente al estar ligado con las emociones de los seres humanos, como una forma de comunicación de sus sentimientos, y lo que se quiere resaltar en este caso con el uso de colores contrastantes genera una persistente vibración.

Resultados y discusión

Esquema relacional metodológico: Caso 1

Esquema relacional metodológico, en dónde se triangulan los fundamentos teóricos del contexto descrito por la autora Sontag en los años sesenta, más el punto de vista de Rouinesco para enlazar con la perspectiva del psicoanálisis y finalmente se suma el análisis estético de la mano de Dabner, el caso es Futura es un estudio creativo mexicano fundado en 2008, que busca transformar los métodos tradicionales de diseño. En su proyecto “Tacos – tacos” descontextualizan imágenes de Disney para aplicarlas en el sistema gráfico de un restaurante, ofreciendo branding, *packaging* y otros productos que reinterpretan la cultura mexicana. (Tabla 1)

Criterios en común	Autores		
	Susan Sontag - Contexto años 60	Élizabeth Roudinesco - Psicoanálisis	David Dabner - Análisis estético
Muestra de forma irónica a personajes de Disney.	Intencionalidad de generar una escisión de los parámetros que se consideran establecidos	Uso de cromática que alude a lo retro y artesanal, apelando a la memoria e infancia de los comensales, despertando añoranza que es hacia donde apunta la impresión de la marca mexicana.	
Son notorias las deformaciones intencionales.	Desviación intencional hacia el uso de imágenes extranjeras, burlescas y asimétricas que no concuerdan con los lineamientos esperados para un negocio de comida de ese estilo.	Reinterpretación de la cultura mexicana descontextualizando los signos y símbolos propios de sus costumbres.	
El Camp es la sensibilidad de la seriedad fracasada, de la teatralización de la experiencia.	A esto, al parecer se suma la puesta en escena de una fotografía de un plato que en su presentación funge de un estilo gourmet pero que representa a la comida popular de una sociedad.	Silencios visuales que van contra la estética clásica popular de la gastronomía.	

Tabla 1. Esquema Relacional Metodológico - Caso de estudio 1

Esquema relacional metodológico: Caso 2

Se emplea un esquema relacional metodológico que entrelaza los fundamentos teóricos del contexto delineado por la autora Sontag en los años sesenta, el punto de vista de Roudinesco para conectar con la perspectiva del psicoanálisis, y se añade el análisis estético proporcionado por Dabner. El caso estudiado se enfoca en el Estudio yeyé que ofrece servicios integrales de estrategia, diseño y producción para proyectos comerciales, destacando en el mercado mediante el desarrollo de la marca. Su proyecto para el restaurante Chang incluye una variedad de elementos de diseño gráfico y soluciones innovadoras para el marketing, con el objetivo de impulsar el crecimiento del negocio del cliente. (Tabla 2)

Criterios en común	Autores		
	Susan Sontag - Contexto años 60	Élizabeth Roudinesco - Psicoanálisis	David Dabner - Análisis estético
Pastiche de imágenes que tienen y no relación con la cultura tailandesa, fotografías manipulan imágenes de la cultura pop.	Ruptura de los estándares establecidos para lo que se concebiría como un restaurante de gastronomía tradicional tailandesa.	El diseño realizado no contempla la particularidad cultural de los países asiáticos considerados en la composición.	
Lo camp es la experiencia del mundo constantemente estética. Encarna una victoria del "estilo" sobre el "contenido", de la "estética" sobre la "moralidad", de la ironía sobre la tragedia, ejemplificación vibrante sin mayor contenido.	Símbolos, frases inconexas, exageración del color e imágenes recargadas de la cultura pop, uso herético de íconos relacionados con algún tipo de espiritualidad.	Estilo no definido, dónde es primordial el contraste y la vibración cromática sobre la conceptualización	
El gusto camp es una especie de amor, amor a la naturaleza humana. Más que juzgar, saborea los pequeños triunfos y las poco hábiles intensidades de la "personalidad", notoria presencia de personajes emblemáticos contemporáneos.	Límites culturales disueltos en una amalgama despojada de estilo propio, o que irónicamente esa falta de sentido pueda ser considerada en un nuevo estilo o tendencia donde se contemple más su impacto que su contenido.	El uso de fotografías y representaciones asiáticas hacen que la creación de esta identidad rompa con el esquema de una imagen tradicional, en donde se apela al reconocimiento de íconos tradicionales, en composiciones insólitas llenas de mucho color, contraste y tipografías, apelan al reconocimiento de íconos e imágenes que nos trasladan a sus orígenes.	
El gusto camp se identifica con lo que deleita. Las personas que comparten esta sensibilidad no rien ante la cosa que etiquetan como camp; simplemente, se deleitan. Lo camp es un sentimiento tierno, como las imágenes que aluden a la infancia.	Búsqueda deliberada de una ruptura de los estándares establecidos	Uso de imágenes que remiten a la niñez para enlazar de alguna manera ecléctica con el estilo del restaurante.	

Tabla 2. Esquema Relacional Metodológico - Caso de estudio 2

Análisis por criterios de expertos

En un contexto contemporáneo, el diseño constantemente aplica en su quehacer tendencias y vanguardias artísticas independientemente de su temporalidad, para Contreras (2017) habla sobre la dimensión estética del diseño nace de la impresión inmediata ante

cosas puntuales pertenecientes a la “cultura visual”. El diseño surge de la corriente caótica de la vida cotidiana; concibiéndose como un todo autocontenido y autónomo, coherente y con una delimitación cierta. (Contreras, 2017, p. 2016). Precisamente la estética y fenómeno Camp corresponde a esta situación.

Por medio del análisis de casos y la aplicación de la metodología planteada, se pudo constatar que cada ejemplificación utiliza elementos y componentes estéticos del Camp, los cuales ayudan a comunicar y generar estilo. Para Szlifman (2015), vemos cómo se articula el diseño de identidad en estos espacios comerciales, a partir de la interacción de la marca con múltiples objetos como gráficas de entorno y arquigrafía (haciendo dialogar valores y características del interior en el exterior), gráficas de exhibición, material de marketing, señalética, editorial, entre otros, que van tejiendo redes de sentido. De cierta manera, el diseñador debe vincular los análisis de elementos compositivos desde una mirada subjetiva y a su vez racional, según Sánchez (2015) el diseño genera patrimonios futuros de la imagen, que no deben estar sesgadas desde lo individual sino al análisis de su entorno.

Al análisis estético se suma el psicoanálisis. El cual suma su punto de vista a cada caso, Roudinesco (2009) después todo depende de lo que cada sujeto haga con la perversión que lleva en su interior: rebelión, superación, sublimación... o, por el contrario, crimen, aniquilamiento de uno mismo y de los demás.

Conclusiones

En un contexto contemporáneo, el diseño constantemente aplica en su quehacer tendencias y vanguardias artísticas independientemente de su temporalidad, para Contreras (2017), en su artículo: Estudio filosófico sobre la mirada estética en el diseño, la dimensión estética del diseño nace de la impresión inmediata ante cosas puntuales pertenecientes a la “cultura visual”. El diseño surge de la corriente caótica de la vida cotidiana; concibiéndose como un todo autocontenido y autónomo, coherente y con una delimitación cierta. (Contreras, 2017, p. 13). Precisamente la estética y fenómeno Camp corresponde a esta situación.

Por medio del análisis de casos y la aplicación de la metodología planteada, se pudo constatar que cada ejemplificación utiliza elementos y componentes estéticos del Camp, los cuales ayudan a comunicar y generar estilo. Para Szlifman (2015), comenta que en las imágenes vemos cómo se articula el diseño de identidad en estos espacios comerciales, a partir de la interacción de la marca con múltiples objetos como gráficas de entorno y arquigrafía (haciendo dialogar valores y características del interior en el exterior), gráficas de exhibición, material de marketing, señalética, editorial, entre otros, que van tejiendo redes de sentido. (Szlifman, 2015). De cierta manera, el diseñador debe vincular los análisis de elementos compositivos desde una mirada subjetiva y a su vez racional.

Al análisis estético se suma el psicoanálisis. El cual suma su punto de vista a cada caso, Roudinesco (2009) Después todo depende de lo que cada sujeto haga con la perversión que lleva en su interior: rebelión, superación, sublimación... o, por el contrario, crimen, aniquilamiento de uno mismo y de los demás. Los fenómenos artísticos son, en sí mismos,

expresiones de la psicología de las sociedades; y esto en la estética Camp no es la excepción. Reyes (2018) señala lo siguiente: La simbolización, entonces, aparece como una forma de representación indirecta de la propia ex-periencia a través de la obra; es la relación entre el símbolo y lo simbolizado, mismos que provienen de lo inconsciente. Entonces, se puede mencionar que los ejemplos revisados desde el diseño y el psicoanálisis pueden mostrar los elementos más representativos del Camp desde una perspectiva conjunta y con mayor amplitud, las manifestaciones de esta estética y la psicología humana.

Referencias

- Betts, M. (2017). Crítica a la mediación cultural del diseño*. *Revista Kepes*, 27. <https://doi.org/10.17151/kepes.2017.14.16.7>
- Contreras, F. (2017). Estudio filosófico sobre la mirada estética en el diseño. *KEPES Grupo de estudio en diseño visual*, 28 - 35. <https://doi.org/10.17151/kepes.2019.16.19.2>
- Dabner, D. (2008). *Diseño Gráfico: Fundamentos y Prácticas*. Blume.
- De Santiago, F., Lin Ku, A., y García, M. (2019). Erotismo y Perversión: Un diálogo entre psicoanálisis y filosofía. *Límite | Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 14. <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-50652019000100201>
- Eco, U. (1965). En *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Escobar, C. (2021). Masoquismo primordial y masoquismo del goce en el surgimiento del sujeto en Lacan. *Revista Affectio Societatis*, 18(34), 1-21. <https://doi.org/10.17533/udea.affs.v18n34a07>
- Fernández, C., Romero, L., y Belén, P. (2021). Cine de la crueldad y plataformas streaming: La erotización de la perversidad en las series mainstream *Years and years* and *Chernobyl*. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*. (52), 176-191. <https://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2021.i52.11>
- Guzmán, M. (2021). Crónicas freudianas sobre algunas configuraciones de la autoridad. *Desde el Jardín de Freud*. 21, 219-232. <https://doi.org/10.15446/djf.n21.101236>
- Halperin, D. (2012). *Cómo ser gay*. Valencia, España: Tirant lo Blanch.
- Javier, A. (2021). El malestar de una sociedad sin límites: cuando del entre-los-dos se pase al entre-dos. *Desde el Jardín de Freud*. 21, 161-177. <https://doi.org/10.15446/djf.n21.101233>
- López, V., y Juan, C. (2020). Aportes de Sigmund Freud al estudio de las perversiones. *Historia y Grafía*. 27(54), 155 -192. <https://doi.org/10.48102/hyg.vi54.228>
- Mena, J., Núñez, S., y Fuentes, E. (2022). Divergencias sobre el kitsch y su relación con el Diseño y la Arquitectura. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. 151. <https://doi.org/10.18682/cdc.vi151.6668>
- Mora, J. (2017). Bellkitsch: El éxito del kitsch desde el punto de vista de patrones de neo-roestética en el arte. Un nuevo contexto, una nueva visión. *Boletín de Arte*, 115 - 123. DOI: <http://dx.doi.org/10.24310/BoLArte.2015.v0i36.3323>.
- Revuelto, L. (2020). Estado y perversión. Consideraciones sobre la técnica del psicoanálisis durante la revuelta social en Chile. *Revista Sul Americana de Psicología*(8), 129-150. <https://doi.org/10.29344/2318650X.1.2322>

- Reyes, Á. (2019). (Per)versiones de amor y de odio. *Desde el Jardín de Freud*. 19, 342-345. <https://doi.org/10.15446/djf.n19.76734>
- Roudinesco, É. (2009). *Nuestro lado oscuro, una historia de los perversos*. Anagrama Colección Argumentos.
- Sánchez, Y. (2015). Patrones de color: Adaptación a nuevos métodos de captura cromática contextual como estrategia didáctica*. *Revista Kepes*. 12 (12). <https://doi.org/10.17151/kepes.2015.12.12.2>
- Santos, L. (2001). *Kitsh Tropical. Los medios en la literatura y el arte de América Latina* (Vol. 1). Madrid, España: Markus Wiener Publishers.
- Silva, V. (2021). Caminar con imágenes. metodologías posibles para la reescritura de las historias1,2,3. *Revista 180*, 47. [http://dx.doi.org/10.32995/rev180.Num-47.\(2021\).art-798](http://dx.doi.org/10.32995/rev180.Num-47.(2021).art-798)
- Solórzano, A. (2015). La estética de lo múltiple y la producción cultural de los objetos de uso*. *Revista KEPES*, 12 (12), 177-192. <https://doi.org/10.17151/kepes.2015.12.12.9>
- Sontag, S. (1964). Notas sobre "Camp". *Partisan Review*, 12 (1) 53-65.
- Szlifman, M. (2015). Diseño y arte contemporáneo: el desafío de los museos. *Revista Kepes*, 12 (12), 353-378. http://190.15.17.25/kepes/downloads/Revista12_17.pdf
- Vergara, E. (2020). Publicidad y representación de la mujer en revistas femeninas: una aproximación al caso de revista Eva1,2. *Revista 180*, 11. [http://dx.doi.org/10.32995/rev180.Num-46.\(2020\).art-669](http://dx.doi.org/10.32995/rev180.Num-46.(2020).art-669)

Abstract: Mass culture evidences the reproduction of images and expressions that are part of everyday life. In this aspect, camp, an aesthetic that dates back to 1960, starts from an adjective that is used to indicate exaggerated features, bases its characteristics on humor and irony, bases its qualities and conditions on banality, is created with the aim of provoke, and is present in social practices and aesthetic manifestations. From this perspective, it is the writer, Susan Sontag, who in a series of essays contained in *Against Interpretation: And Other Essays*, makes a series of signs around the term and places it as an aesthetic and cultural phenomenon. To this descriptive criterion on the camp is added another point of view that contributes to a global understanding of the subject: the psychoanalytic perspective. In this sense, Élizabeth Roudinesco, French psychoanalyst and writer, has analyzed the context of excesses, eccentricities, extravagances, disorders and setbacks both in the history of societies to the present day. From both perspectives, this research aims to analyze cases of design with camp components, from the aesthetic description, in turn, the view of various positions disclosed by the author Sontag is added and finally; The research is complemented with psychoanalytic criteria that allow obtaining varied points of view on the expression of camp as an aesthetic, cultural and social phenomenon, with the aim of pointing out the significance of this current and its constant fluctuation in the spheres of design and psychoanalysis.

Keywords: Camp - design - psychoanalysis - knowledge management - education

Resumo: A cultura de massa evidencia a reprodução de imagens e expressões que fazem

parte do cotidiano. Nesse aspecto, o camp, estética que remonta a 1960, parte de um adjetivo que serve para indicar traços exagerados, baseia suas características no humor e na ironia, baseia suas qualidades e condições na banalidade, é criado com o objetivo de provocar, e está presente nas práticas sociais e nas manifestações estéticas. Nessa perspectiva, é a escritora Susan Sontag, que numa série de ensaios contidos em *Contra a Interpretação: E Outros Ensaios*, faz uma série de signos em torno do termo e o situa como fenômeno estético e cultural. A este critério descritivo do campo acrescenta-se outro ponto de vista que contribui para uma compreensão global do sujeito: a perspectiva psicanalítica. Nesse sentido, Élizabéth Roudinesco, psicanalista e escritora francesa, analisou o contexto de excessos, excentricidades, extravagâncias, desordens e retrocessos tanto na história das sociedades até os dias atuais. Em ambas as perspectivas, esta pesquisa tem como objetivo analisar casos de design com componentes camp, a partir da descrição estética, por sua vez, acrescenta-se a visão de diversas posições reveladas pelo autor Sontag e por fim; A pesquisa é complementada com critérios psicanalíticos que permitem obter pontos de vista variados sobre a expressão do camp como fenômeno estético, cultural e social, com o objetivo de apontar a importância desta corrente e sua constante flutuação nas esferas do design e da psicanálise.

Palavras-chave: Acampamento - projeto - psicanálise - Gestão do conhecimento - Educação

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