# Tomas Kulka

# El kitsch

casimiro

# Kitsch

Tomas Kulka y otros

# El kitsch

casimiro

casimiro [*casimoroa edulis*]

Selección y traducción de Paul Laindon

Diseño cubierta: Rossella Gentile
En cubierta: Alessandro Mendini, *Proust en fucsia*, versión miniaturizada en cerámica (altura: 40 cm.; producida en 2009 por la empresa Superego en edición limitada de 14 series de distinto color) de la butaca original creada en 1978.

© Casimiro libros, Madrid, 2011
Todos los derechos reservados
www.casimirolibros.es

ISBN: 978-84-938641-2-5
Depósito legal: M-13847-2011

Impreso en España

# Índice

El kitsch
Tomas Kulka 9

El kitsch onírico
Walter Benjamin 27

La maldad del kitsch
Hermann Broch 31

El estilo kitsch y su época
Norbert Elias 39

Principios y virtudes del kitsch
Abraham Moles 49

El hombre kitsch, el artista kitsch
Matei Calinescu 63

# El kitsch

Tomas Kulka
Universidad de Tel Aviv y
Universidad Charles de Praga

Los estudiosos no se ponen de acuerdo respecto a la etimología de la palabra 'kitsch'. Algunos creen que procede del término inglés 'sketch' (boceto), mientras otros la relacionan con la expresión alemana 'etwas verkitschen' (vender barato). Sí concuerdan, sin embargo, en que, desde que surgió, durante la segunda mitad del siglo XIX, el término está cargado de connotaciones negativas. El epíteto 'kitsch' se ha usado como sinónimo de arte sin valor, indecencia artística o, simplemente, arte de mala calidad. Pero, sin duda, no toda obra mala se considera kitsch. Si, pongamos, me propusiera aquí hacer una descripción de mi perro, el lector difícilmente apreciará el resultado pero tampoco es probable que califique mi ejercicio de kitsch. El kitsch no es simplemente un fracaso artístico, una obra que por el motivo que sea no salió bien. Hay algo especial en el kitsch que lo distingue del resto del arte de mala calidad: el kitsch atrae, gusta a mucha gente y, comercialmente, consigue

competir con éxito con el arte de calidad. El atractivo del kitsch es aprovechado por la agencias de publicidad para vender productos, o por los partidos políticos para promocionar ideologías (recuérdese el arte oficial de la Alemania nazi o de la Rusia soviética). Pero, ¿en qué radica su atractivo? ¿Se trata de un atractivo de naturaleza estética? Parece que sí: quien disfruta del kitsch saca, al parecer, un placer semejante al que proporciona la obra de arte. Pero, si aceptamos que el kitsch tiene un atractivo estético y aceptamos la premisa de que el arte se aprecia en virtud de sus cualidades estéticas, la pregunta se impone: si su atractivo es estético y si las cualidades estéticas sirven para sopesar la excelencia artística, entonces, ¿por qué se considera que el kitsch carece de valor?

El problema de conciliar el atractivo popular del kitsch con el desprecio que suscita en la élite cultivada puede resolverse fácilmente adoptando un relativismo radical: *de gustibus non disputandum est*. Al igual que a unos les gusta el té y a otros el café, algunos prefieren el kitsch al arte llamado de calidad. Pero, de no aceptar este subjetivismo o relativismo radical, ¿podemos conciliar ese atractivo con ese desprecio sin reducir los juicios estéticos a meras expresiones autobiográficas de preferencias estrictamente subjetivas?

Quizá exista otra opción. Quizá pueda decirse que el atractivo del kitsch está circunscrito a un tipo específico, aunque amplio, de gente que se distingue por su mal gusto.

Esta solución difiere claramente del enfoque relativista al suponer, desde un planteamiento normativo y elitista, que existe una jerarquía en los gustos. Pero, en definitiva, tampoco resuelve la pregunta, tan sólo la modifica, porque, en efecto, no nos aclara qué tiene de malo el kitsch ni en qué consiste su atractivo. Sostener que su atractivo radica en que es apreciado por mucha gente y explicar su mala calidad en virtud del mal gusto de la gente, no parece filosóficamente muy consistente, y deja sin resolver la cuestión de saber porqué gusta a muchos y sin aclarar en qué consiste el 'mal gusto'. Por otro lado, no disponemos de datos que demuestren que los consumidores de kitsch prefieren *siempre* el arte malo al bueno.

En un libro ya clásico, editado en 1968 por Gillo Dorfles,[1] las distintas manifestaciones artísticas del kitsch son analizadas por distintos autores. Todos ellos coinciden en considerar el kitsch como una mala forma de arte, y, sin embargo, ninguno aclara cuales serían sus defectos *estéticos*. Sin duda interesantes, los análisis recogidos en ese libro siguen un enfoque socio-económico, pero no estético. Se menciona la rápida industrialización, la emergencia de nuevas clases sociales, la difusión de las tradiciones culturales a través de los nuevos medios de comunicación, la cultura de masas, etc. Abordan, con acierto, aquellos aspectos de la condición humana que favorecieron la emergencia, rápida difusión y predominio del kitsch. Pero no acaban de explicar qué es

1. Edición española: *El Kitsch: antología del mal gusto*, Barcelona, 1973.

exactamente el kitsch, desde un punto de vista estético. Colmar este vacío es lo que me propongo hacer aquí: pretendo señalar porqué el kitsch no es un arte respetable, a pesar de su evidente atractivo estético; e intentaré explicar tanto los motivos de su éxito popular como sus defectos, en lo que a sus propiedades *estéticas* se refiere.

## I

Ya hemos advertido dos características fundamentales del kitsch: 1) tiene un indudable atractivo popular; y 2) se considera (por parte de la élite cultivada) 'malo'. Estos dos elementos confieren al kitsch la condición de categoría en sí misma y sientan las dos preguntas que han de regir su análisis: 1ª ¿En qué consiste su atractivo? y 2ª ¿En qué consiste su mala calidad? Se trata, por tanto, de explicar porqué atrae a tanta gente y porqué, a pesar de esto, no merece ser calificado como arte de calidad.

Supongamos que hemos de pedirle a un pintor que realice un producto plenamente kitsch.[2] ¿Qué tipo de indicaciones le daríamos, tanto respecto al *tema* como a la *forma*, para que el resultado sea comercialmente exitoso?

Parece claro que determinados motivos (un gatito peludo, un niño llorando, una joven vestida con velo tocando el violín al atardecer junto a la orilla del mar) se ajustan mejor al kitsch que otros (la chimenea de una fábrica, una silla,

2. Nos centramos aquí en la pintura, por razones de economía expositiva, pero las características mencionadas valen para todo tipo de kitsch.

una lavadora). Enumeremos los motivos o temas que suelen recurrir en la imágenes kitsch: muñecas y cachorros de varias razas, niños, madres con niños, chicas con piernas largas, labios sensuales y ojos seductores, playas con palmeras, coloridas puestas de sol, pastorales pueblecitos suizos con fondo alpino, una familia de ciervos pastando en un claro de bosque, una pareja en un claro de luna, caballos salvajes al galope por la orilla de un mar bravo, alegres mendigos, payasos tristes, tristes y fieles perros mirando al infinito (también inmortalizados en figuras de porcelana), la lista sigue.

¿Qué comparten todos estos motivos? Todos tienen una gran carga emocional. Están connotados con no pocas emociones que suscitan espontáneamente reacciones conocidas. El objeto típicamente recreado por el kitsch se considera comúnmente bello (caballos, chicas), bonito (atardeceres, pueblos alpinos), mono (muñecas, cachorros) y/o muy tierno (madre con bebé, niño con lágrima). Cabe pensar que estas cualidades no son simplemente recurrentes en la imagen kitsch, sino que son, de hecho, condiciones *sine qua non* de las mismas. Con objetos cotidianos que no se consideran especialmente bellos y están desprovistos de toda carga emocional (la silla, la chimenea, la lavadora) se podrán ilustrar cuadros estéticamente lamentables, pero, por mucho que nos esforcemos, difícilmente conseguiremos hacer algo kitsch. Con un objeto tenido por mono y que suscita emociones inmediatas, no sólo resulta fácil

hacer una imagen kitsch, sino que resulta difícil *no hacerla*. De lo dicho hasta aquí se desprende que es mucho más difícil hacer kitsch con un cuadro abstracto que con uno figurativo. De hecho, rara vez calificamos como kitsch una obra abstracta, por mucho que nos parezca *mala*. De modo que nuestro primer consejo al pintor en pos del buen kitsch consistiría en recomendarle que escoja un motivo que se suela considerar bello, bonito, tierno o mono y que suscite una inmediata reacción emocional. Este sería el *qué*.

Pero antes de analizar el *cómo*, es decir, el estilo, los cánones pictóricos, etc., pensemos en qué otras características deberían tenerse en cuenta a la hora de elegir el objeto representado y qué tipo de reacción emocional debería provocar la imagen. Consideremos el motivo del 'niño llorando': nuestro pintor tendrá más posibilidades de acertar si opta por un niño bueno y mono antes que por uno feo y con cara de malo. El llanto no deberá ser chillón o histérico, de esos que generan molestia, sino un sollozo callado y dulce. El niño lloroso debe provocar simpatía, suscitar una reacción protectora. Debemos sentirnos seguros y cómodos viendo la imagen, de modo que el pintor deberá eliminar toda referencia a una realidad desagradable o turbadora, y mostrar sólo cosas que podemos comprender fácilmente y con las que podemos identificarnos. No tiene que haber nada complejo ni amenazante. El éxito del kitsch depende también de lo universal de la emoción que suscita. Un producto típicamente kitsch reconforta no sólo por-

que nos suscita una reacción espontánea sino porque sabemos que reaccionamos 'como es debido', es decir, nos emocionamos de manera adecuada o, dicho de otro modo, de la misma manera en que reacciona todo el mundo. El kitsch no apela a las idiosincrasias individuales sino a imágenes universales con una carga emocional claramente inter-subjetiva. El kitsch confirma nuestras creencias y nuestros sentimientos básicos, no los altera ni los pone en duda.

Resumiendo lo dicho hasta aquí: *el kitsch representa un objeto o tema que se tiene comúnmente por bello y que suscita emociones comunes.*

## II

Las características del *qué* parecen apuntar ya la respuesta a la pregunta sobre el *cómo*. Considerando el *qué*, cabe concluir que el kitsch gusta a tanta gente porque el objeto representado es de los que suelen gustar y suscitar emociones espontáneas. Pero esto no basta para responder a nuestra segunda pregunta. Olvidamos, en efecto, mencionar, o mejor dicho dimos por supuesta, una condición que, aunque obvia, conviene señalar explícitamente: para que el espectador reaccione adecuadamente, debe poder reconocer lo representado, debe poder identificarlo como algo bello y tierno, debe, por así decir, conocerlo de antemano. El kitsch, de hecho, siempre cumple con esta condición. No nos suele costar identificar lo kitsch. Si nos costara, la carga emocional y las asociaciones que suscita el objeto represen-

tado no serían inmediatas, de modo que se dejaría de dar la reacción que típicamente provoca el kitsch. La pregunta entonces es: ¿cómo consigue la imagen kitsch provocar esa identificación inmediata? ¿Cómo debería nuestro pintor-pintar un buen kitsch?

Siguiendo con el ejemplo: pensemos en el gatito peludo o el niño lloriqueante. ¿Lograremos una imagen kitsch sea cual sea el estilo artístico por el que optemos? Parece que algunos estilos son más adecuados que otros. Nuestro pintor tendrá más posibilidades de acertar si opta por las convenciones estilísticas de, por ejemplo, el realismo socialista o el romanticismo decimonónico antes que por los cánones del cubismo o del futurismo. Parece difícil (si no, imposible) imaginar una imagen kitsch que represente al niño llorando al modo del retrato que Picasso hizo de Ambroise Vollard en 1910. ¿Un gatito pintado a la manera de Marcel Duchamp en su *Desnudo bajando un escalera* (1912)? No resultaría muy kitsch. En ambos casos, no se suscitaría la inmediata reacción emocional que suele provocar el kitsch; lo que, probablemente, sí ocurriría si nuestro pintor recrea el estilo romántico o del realismo socialista.

Esto nos lleva a concluir que el kitsch suele recurrir a la representación naturalista, realista. Las figuraciones cubistas y futuristas, en definitiva, nos sorprenden (al menos inicialmente) como algo extraño o artificial. Pero sería precipitarse, identificar los rasgos estilísticos del kitsch simplemente con el realismo, toda vez que, en muchos sentidos, el

kitsch también puede ser muy poco natural y muy poco realista. Los ojos del niño de la imagen kitsch podrán ser desproporcionadamente grandes y sus lágrimas cinco veces más grandes que las reales. Pero lo que sí cabe decir es que el kitsch recurre invariablemente a los cánones de la representación más convencionales, más reiterados y trillados. La inmediata y fácil identificación de lo representado se debe no tanto al realismo (el kitsch suele obviar los detalles), como a que se ajusta a las convenciones gráficas más comunes. Descarta todo alejamiento de las convenciones, ya que ello supondría exigirle al espectador un esfuerzo innecesario. La comprensión de la imagen debe ser lo más sencilla posible. El kitsch, por así decir, debe hablar un lenguaje comprensible para todos. Debe rehuir las jergas esotéricas (como la del cubismo) o los dialectos idiosincrásicos (como el de Jackson Pollock en su periodo biomórfico). De ahí que rara vez el kitsch aporte innovaciones estilísticas. El 'realismo' del kitsch consiste, por tanto, en que se ciñe a las convenciones gráficas más trilladas y reiteradas.

El ajustarse a las convenciones del momento permite identificar inmediatamente el objeto representado, y, añadimos ahora, no suele favorecer las cualidades artísticas de la representación. La originalidad y la innovación artísticas, que suelen tenerse por rasgos positivos de la obra de arte, tienden a desafiar los cánones aceptados. Dentro de éstos, puede seguir habiendo margen suficiente para la innova-

ción, pero también puede ocurrir que se acaben saturando de tal modo que los artistas opten finalmente por ampliar, modificar o renunciar a dichos cánones. Entonces, surgen nuevos estilos; nuevos estilos que podrán no ser bien recibidos, en la medida en que el público conservador los considere poco 'correctos' o poco 'realistas'. Un ejemplo bastará. Así reseñó el crítico de arte del periódico parisino *Le Figaro* la segunda exposición de los Impresionistas en 1876:

> La calle Le Peletier tiene mala suerte. Después del incendio de la Ópera ocurre un nuevo desastre en el barrio. Acaba de inaugurarse en el estudio de Durand-Ruel una exposición que se dice es de pintura... Espantoso espectáculo de vanidad humana que se extravía hasta la demencia. ¡A ver quién explica al señor Pisarro que los árboles no son morados y el cielo no tiene el color de la mantequilla! ¡Quién le explica que lo que pinta no existe en ninguna parte y que ninguna persona inteligente puede aceptar esas indecencias!... ¡Que alguien le diga al señor Degas que en arte hay algunas cualidades que tienen nombre: el dibujo, el color, el sentido...! ¡Que intenten explicarle al señor Renoir que el torso femenino no es una masa de carne en proceso de descomposición con manchas verdes y violetas que denotan el estado de absoluta putrefacción de un cadáver![3]

3. Albert Wolf, *Le Figaro*, 3 de abril de 1876.

El crítico consideró incorrectos y, por tanto, inadmisibles unos cuadros cuyos recursos expresivos (por ejemplo, unas manchas verdes y violetas) no permitían identificar inmediatamente el objeto representado (el cuerpo humano).

Puesto que el atractivo del kitsch debe su fuerza al objeto representado, que se suele considerar bonito o emotivo, dicho objeto debe ser fácilmente reconocible. Esto, como hemos visto, se logra mejor *ciñéndose* a las convenciones pictóricas del momento. Ahora bien, fue precisamente la desconsideración de esas convenciones lo que acabó confiriendo a los Impresionistas su importancia en la historia del arte. La necesidad de la identificación inmediata y sencilla impide, por el contrario, la innovación estilística. El kitsch nunca se asoma a las vanguardias. El kitsch nunca se atreve con estilos que aún no han sido universalmente digeridos. Podrá sumarse al carro sólo cuando la novedad se convierta en banalidad. Esto explica, a mi entender, el carácter ultra-conservador, y estilísticamente reaccionario, del kitsch. Nuestro pintor kitsch deberá pues evitar toda innovación formal y no salirse de las convenciones gráficas más asentadas. Deberá considerar prescindible cualquier elemento que no facilite la identificación inmediata del objeto pintado; incluso, deberá considerarlo contraproducente, ya que desvía la atención de las asociaciones que la imagen kitsch pretende evocar. De ahí que el kitsch tienda a ser poco emocionante, incluso aburrido, desde un punto de vista artístico.

Estas consideraciones revelan la dependencia del kitsch de su contexto. A tenor de la reacción del crítico de *Le Figaro*, en la década de 1870 habría sido prácticamente imposible hacer un cuadro de estilo impresionista que resultara, entonces, kitsch. Hoy en día, sí sería posible, debido a que los cánones del impresionismo se aceptan ahora como modos naturales y 'realistas' de representación. El modo cubista, sin embargo, sigue viéndose como artificial, poco natural y 'realista'. De ahí, supongo, que nuestro gatito *à la façon cubiste* no acabaría de ser kitsch.

Resumiendo nuestras consideraciones sobre el *cómo* del kitsch, podemos decir que *lo representado debe ser rápida y fácilmente reconocible.*

## III

El *qué* y el *cómo* pueden ser condiciones necesarias, pero no son suficientes. Por otro lado, lo dicho hasta aquí nada nos dice sobre la 'mala calidad' del kitsch. De hecho, no sólo el kitsch sino también la *Venus de Milo*, *La Maja* de Goya, El *Bar des Folies-Bergère* de Manet, e innumerables obras de arte consideradas buenas, cumplen con ambas condiciones.

Lo que debemos preguntarnos, entonces, es ¿qué diferencia la obra kitsch de las obras buenas cuando éstas también representan objetos considerados bellos o emotivos y lo hacen ajustándose a las normas pictóricas aceptadas? Tememos el ejemplo del mencionado cuadro de Manet. El

objeto representado –una bella joven sirviendo en la barra de un cabaret– es fácilmente reconocible, y podría ser fácilmente retomado por el kitsch. ¿Qué es, entonces, lo que mantiene a ese cuadro alejado del kitsch? Citaré lo que James Ackerman dice a propósito del mismo:

> Lo bueno de este cuadro es que nos habla de un bar y de una camarera y nos dice cómo eran las Folies-Bergère... el cuadro *destila una experiencia emocionante* que podemos compartir con el artista, en la que los objetos de la barra, las botellas, los vasos, las lámparas de gas, la anónima camarera y los reflejos en el espejo pierden su carácter mundano y se *convierten* gracias a nuestra intuición en una imagen mágica. El cuadro *no representa sencillamente un bar, representa el resultado de una transformación*, y lo apreciamos porque nos recuerda experiencias que hemos tenido en que de repente el mundo a nuestro alrededor cambiaba y se exaltaba, pero el cuadro es *distinto y superior a nuestra experiencia*... habiendo visto esta *transformación*, podremos emocionarnos más a menudo y más intensamente: conocer el cuadro hace que nuestro entorno merezca más la pena. El valor del cuadro de Manet radica en que *aísla una experiencia* –que la mayoría de los espectadores comparte con el artista–*y la intensifica*.[4]

4. 'On Judging Art without Absolutes', en *Critical Inquiry*, vol. 5, 1979, subrayado mío.

El atractivo estético del cuadro no se basa (a diferencia del kitsch) tan sólo en representar la belleza de la camarera. El cuadro crea *su propia belleza*. El objeto, como dice Ackerman, se nos presenta de una manera que es superior a nuestra experiencia. Ackerman señala que el cuadro transforma e intensifica nuestra experiencia, 'hace que nuestro entorno merezca más la pena'. El artista transforma el objeto de su representación de tal manera que el cuadro evoca algo que no hemos sentido o advertido antes, descubre nuevos aspectos de la realidad. John Dewey fue quien recalcó esta función del arte cuando escribió: 'el arte no es naturaleza tal cual, sino que es naturaleza transformada al entrar en *nuevas* relaciones que provocan una *nueva respuesta emocional*".[5] Nelson Goodman dice básicamente lo mismo, con su terminología del 'hacer mundos': 'Que los cuadros figurativos hacen mundos resulta claro para quienquiera que se adentró en un nuevo mundo tras haber visto una exposición de cuadros *que funcionan*'.[6]

Es un hecho psicológico que, cuando vemos objetos pintados, espontáneamente echamos mano de nuestra memoria en busca de objetos reales del mismo tipo. Las asociaciones habituales con que nuestra memoria vincula al objeto nos vienen a la mente al verlo pintado. Esto vale para todos los cuadros figurativos. Algunos, sin embargo, transforman esas ideas y asociaciones habituales, las intensifi-

5. *Art as Experience*, Nueva York, 1934, p. 462.
6. 'Aesthetics and Worldmaking: Reply to Jens Kulankampff', *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, vol. 39, 1981, p. 275.

can, las amplifican, las moldean, las modifican. Esta transformadora experiencia visual puede lograrse de muchas maneras. Los cuadros surrealistas, por ejemplo, suelen generar disonancia en las asociaciones, combinando objetos, representados fielmente, que no se suelen combinarse normalmente. Las asociaciones habituales también pueden enriquecerse mostrando objetos desde un ángulo poco frecuente que revela rasgos normalmente obviados. Al transformar los objetos en pinceladas discontinuas de colores prismáticos, y al mostrar los distintos efectos de la luz y los reflejos, los impresionistas no sólo enriquecieron nuestras asociaciones, también nos enseñaron a mirar nuestro entorno con una nueva mirada, de una manera más intensa y sutil. Oscar Wilde dijo una vez que Londres no tuvo niebla hasta que no la pintó Whistler. Georg Schmidt y Robert Schenk señalan que 'aunque el ambiente lleno de color de París es más antiguo que la propia ciudad, sólo los impresionistas nos descubrieron su belleza'.[7] Son muchos los ejemplos de cuadros figurativos que enriquecen o transforman nuestras asociaciones mentales. Sostengo que el kitsch *no pertenece* a esta categoría de cuadros. El kitsch no desarrolla las posibilidades de la composición, no amplía el poder expresivo, no recrea rasgos singulares, no interpreta, no innova. Trabaja con estereotipos. El kitsch suele representar los objetos de la manera más descontada y esquemática. El niño que llora carece de rasgos propios, es un este-

7. *Kunst und Naturform*, Basilea, 1958.

reotipo idealizado del niño. Es como un *pictograma*. Si las imágenes kitsch llevaran etiquetas, del tipo 'niño que llora', 'gatito peludo', etc., podríamos concluir que imagen y etiqueta son equivalentes en la medida en que el 'mensaje' de la imagen es básicamente el mismo que el de la etiqueta. Las asociaciones que provoca la imagen kitsch son las mismas que provoca la etiqueta: básicamente producen el mismo efecto. La etiqueta resume la imagen y la imagen resume la etiqueta. A diferencia del verdadero arte, el kitsch no enriquece ni transforma, de ninguna manera relevante, las asociaciones almacenadas en nuestra memoria. Funciona tan sólo como estímulo para traer a la mente esas asociaciones.

La industria del *souvenir*, tan relevante en el mercado del kitsch, explota este principio con eficacia. El típico recuerdo, pongamos, una réplica en miniatura de Santa Maria del Fiore se parecerá lo suficiente a la obra maestra de Brunelleschi como para recordarnos la experiencia que vivimos al ver el Duomo de Florencia, pero no enriquecerá ni añadirá nada a la experiencia en sí. El éxito del kitsch depende completamente de las asociaciones previas ligadas al objeto representado, unas asociaciones que en nada modifica: el kitsch no nos dice nada nuevo ni interesante del objeto en cuestión, tan sólo apela a las emociones y asociaciones que ya tenemos en nuestra memoria 'nombrando', por así decir, el objeto representado con un lenguaje visual apropiado.

Resumiendo lo dicho, la tercera condición del kitsch consiste en que *no enriquece sustancialmente nuestras asociaciones mentales ligadas al objeto representado.*

## IV

Recordemos ahora las tres condiciones, antes de sacar algunas conclusiones:

1) El kitsch *representa un objeto o tema que se tiene comúnmente por bello o emotivo.*
2) El objeto representado es *rápida y fácilmente reconocible.*
3) El kitsch *no enriquece sustancialmente nuestras asociaciones mentales ligadas al objeto representado.*

La primera condición limita el tipo de temas que el kitsch puede explotar con provecho, mientras que las otras dos se refieren a estilo y riqueza de la representación. Cada condición se considera necesaria y, juntas, las tres son suficientes. Las dos primeras parecen responder a nuestra primera pregunta: ¿En qué consiste el atractivo popular del kitsch? Mientras que la tercera (junto con la segunda) explica porqué, no obstante, el kitsch se considera malo. Ambas respuestas apuntan al carácter esencialmente *parasitario* del kitsch, y desvelan el truco sutil que el kitsch gasta a sus consumidores. El kitsch no crea belleza: su atractivo no se debe a los méritos artísticos de la representación, sino al atractivo del objeto representado. Los buenos pintores, incluso cuando pintan objetos que suelen considerarse bellos o emotivos, no se limitan a capitalizar la carga emocional

asociada al objeto; el atractivo del kitsch es, por el contrario, completamente parasitario de su referente.

En términos semióticos, el kitsch es como un símbolo *transparente* cuya función referencial es fundamental para su eficacia. Es transparente en el sentido de que sus efectos no los producen las cualidades del símbolo (en este caso, la obra de arte) sino aquello a lo que el símbolo se refiere. A diferencia del verdadero arte, el *qué* es más importante que el *cómo*. En cierto modo, el consumidor de kitsch ve a través del símbolo aquello que el símbolo nombra. Cree que la representación le gusta (y que la aprecia estéticamente) pero lo que verdaderamente le gusta es el objeto representado. La función referencial del kitsch conduce a su admirador de la imagen misma (que rara vez mira con atención) a las asociaciones relacionadas con el objeto representado. El consumidor de kitsch podrá creer que lo que le atrae son los méritos estéticos de la representación 'artística', pero lo que realmente está operando son las asociaciones habituales a las que apela la representación, unas asociaciones respecto de las cuales estará positivamente predispuesto. El kitsch no transformará esas asociaciones, no suscitará nuevas respuestas emocionales. Usando nuevamente la terminología de Goodman, el kitsch no hace nuevo mundos, porque *no funciona*.

'Kitsch', *British Journal of Aesthetics*, núm. 28:1, 1988, pp. 18-27.

# Kitsch onírico, glosa sobre el surrealismo

Walter Benjamin
(1892-1940)

Ya no se sueña con *la flor azul*; quien hoy despierte como Heinrich von Ofterdingen debe haber dormido demasiado.[1] La historia del sueño aún está por escribirse, y abrir una perspectiva en ella significaría asestar un golpe decisivo a la superstición de su encadenamiento a la naturaleza mediante la iluminación histórica. El soñar participa de la historia. La estadística de los sueños penetrará, más allá de la amenidad del paisaje anecdótico, en la aridez de un campo de batalla. Los sueños han iniciado guerras y la guerra ha dispuesto, desde tiempos primitivos, lo justo y lo injusto, incluso el alcance, de los sueños.

El sueño ya no abre una *azul lejanía*. Se ha vuelto gris. La gris capa de polvo sobre las cosas es su mejor componente. Los sueños son ahora un camino directo a la banalidad. De

1. *Heinrich von Ofterdingen*, título de una novela inacabada de Novalis, publicada en 1802, en la que el poeta homónimo busca una misteriosa flor azul en la que estaría reflejado el rostro de su amada.

una vez para siempre, la técnica revoca la imagen externa de las cosas, como billetes de banco que han perdido vigencia. Ahora la mano se aferra a esta imagen una vez más en el sueño y acaricia sus contornos familiares a modo de despedida. Toma los objetos por el lugar más común. Que no es siempre el más adecuado: los niños no aferran el vaso, meten la mano dentro. ¿Y qué lado ofrece la cosa al sueño? ¿Cuál es el lugar más común? Es el lado gastado por el hábito y adornado de frases hechas. El lado que la cosa ofrece al sueño es el kitsch.

Con estrépito caen al suelo las imágenes fantásticas de las cosas como páginas de un libro de estampas en *leporello*[2] titulado"El sueño". Al pie de cada página se encuentran las sentencias: "Ma plus belle maîtresse c'est la paresse", "Une médaille vernie pour le plus grand ennui", "Dans le corridor il y a quelqu'un qui me veut à la mort" ["Mi amante de gran belleza es la pereza", "Una medalla de porcelana para la mayor desgana", "Alguien en el corredor me desea la muerte con rencor"]. Los surrealistas han escrito estos versos y sus amigos artistas han ilustrado el libro de estampas. *Répétitions* ha llamado Paul Éluard a uno sobre cuya portada Max Ernst ha dibujado cuatro niños. Éstos dan la espalda al lector, al profesor y a la cátedra, y miran sobre una balaustrada hacia afuera, donde en el aire hay un globo. Con su punta se mece sobre la baranda un lápiz gigantesco. La repetición de la experiencia infantil da que pensar:

2. *Leporello*: disposición en forma de acordeón de un libro de estampas.

cuando éramos chicos, no existía la angustiante protesta contra el mundo de nuestros padres. Cuando niños, en eso nos mostrábamos superiores. Con lo banal, al abrazarlo, abrazábamos lo bueno, que se halla tan cerca. Pues la sentimentalidad que nuestros padres a veces destilan es precisamente buena para forjar la imagen más objetiva de nuestra manera de sentir. Lo difuso de sus palabras se contrae para nosotros de manera amarga como la hiel en una crispada figura enigmática; el ornamento de la conversación llega a estar lleno de íntimos entrelazamientos. Allí hay empatía de las almas, amor, kitsch. "El surrealismo está llamado a restablecer el diálogo en su verdad esencial. Los interlocutores son liberados de la obligación de la cortesía. Quien habla no debe ponderar una tesis. En cuanto a la respuesta, no repara por principio en el amor propio del que ha hablado. Las palabras y las imágenes no sirven al espíritu del que escucha más que como un trampolín." Bella noción del *Manifiesto surrealista* de Breton. Plasma la fórmula del malentendido dialógico, es decir de lo que está vivo en el diálogo. Pues "malentendido" se llama el ritmo con el cual la única verdadera realidad se abre paso en la conversación. Cuanto más verdaderamente sabe hablar un hombre, tanto más felizmente se lo malentiende.

En *Vague de rêves* cuenta Louis Aragon cómo se propagó en París la manía de soñar. Los jóvenes creían haber descubierto el secreto de la poesía, cuando en realidad no hacían otra cosa que abolirla, a la par que las fuerzas más intensas

de la época. Saint-Pol Roux colocaba antes de irse a dormir por la mañana temprano un cartel en su puerta: "Le poéte travaille" ["el poeta trabaja"]. Todo esto para penetrar en el corazón de las cosas obsoletas. Un oculto Guillermo Tell surgiendo de las entrañas del bosque para poder descifrar los contornos de la banalidad como un jeroglífico, o para responder a la pregunta:"¿Dónde está la novia?". La anamorfosis como esquematismo del trabajo onírico fue descubierta hace tiempo por el psicoanálisis. Los surrealistas con seguridad están menos sobre la huella del alma que sobre la de las cosas. En el matorral de la prehistoria buscan el árbol totémico de los objetos. La suprema mueca de este árbol totémico, la última de todas, es el kitsch. Éste es la última máscara de banalidad con que nos recubrimos en el sueño y en la conversación para absorber la energía del extinguido mundo de las cosas.

Lo que llamábamos arte sólo comienza a dos metros del cuerpo. Pero ahora, en el kitsch, el mundo de las cosas vuelve a acercarse al hombre; se deja agarrar en un puño y conforma al fin en su interior su propia figura. El hombre nuevo tiene en sí la completa quintaesencia de las viejas formas, y lo que se configura en la confrontación con el ambiente de la segunda mitad del siglo XIX –en los sueños, palabras e imágenes de algunos artistas–, es un ser que podría llamarse "hombre amueblado".

Escrito en 1925 y publicado en 1927, en *Die neue Rundschau.*

Hermann Broch
(1886-1951)

*La técnica reaccionaria del "efecto"*

La esencia del kitsch consiste en la substitución de la categoría ética con la categoría estética; impone al artista la obligación de realizar, no un "buen trabajo" sino un trabajo "agradable": lo que más importa es el efecto. A pesar de que con frecuencia adopta actitudes naturalistas, o sea, a pesar del uso abundante de vocablos de la realidad, la novela kitsch ilustra el mundo, no como es sino "como lo desea o lo teme", y la misma tendencia se encuentra en el kitsch de las artes figurativas; también en la música, el kitsch vive exclusivamente de efectos (pensemos en la llamada música ligera burguesa y no olvidemos que la industria musical de hoy, bajo muchos aspectos es su hipertrofia). ¿No es inevitable llegar a la conclusión de que ningún arte puede prescindir de unas gotas de efecto, de unas gotas de kitsch? En las artes del espectáculo el efecto es precisamente un componente esencial, un componente estético, y existe todo un

género artístico (un género específicamente burgués) que es la ópera, en la que el efecto es un elemento constructivo fundamental; además, en la ópera se tiende por naturaleza a la historicidad de sus relaciones propias con la realidad, en tanto que aquel vínculo particular entre la obra de arte y el público en que consiste el efecto corresponde a la esfera empírica y mundana. Por lo tanto, los instrumentos que sirven para obtener el efecto siempre son fruto de la experimentación y no se pueden aumentar como se quiere el número de situaciones dramáticas posibles; ésta es la razón por la cual lo que ya ha existido, lo que ya se ha probado y experimentado está destinado a reaparecer invariablemente en el kitsch. Por lo demás, basta una ojeada a cualquier exposición de arte para convencerse de que el kitsch siempre está sometido a la influencia dogmática de lo que "ya ha existido", para comprender que nunca toma directamente sus vocablos de la realidad del mundo, sino que utiliza vocablos prefabricados que con su poder se hacen rígidos hasta convertirse en *clichés*; incluso en este dominio estamos en presencia de la *nolitio*, del alejamiento de la buena voluntad, de la ruptura con el acto de divina creación del mundo que es propio del valor.

*Kitsch y romanticismo*

Esta inclinación a la historia pasada, típica del kitsch, no se refiere solamente a los aspectos técnicos y formales del arte. Si la existencia de un sistema de valores del kitsch

también depende de la angustia de la muerte y si, de acuerdo con su vocación conservadora, éste intenta comunicar al hombre la seguridad del ser para salvarlo de la amenaza de la oscuridad, como sistema de imitación, el kitsch es únicamente reaccionario. Como arte de tendencia utópica, por ejemplo, el kitsch empaña la penetración de la mirada hacia el futuro, contentándose con falsificar la realidad finita del mundo; y su mirada tampoco se aleja demasiado en el pasado. La novela histórica se puede considerar como expresión de aquel espíritu conservador irreprimible, de aquel romanticismo absolutamente legítimo que pretende mantener vivos para siempre los valores del pasado y que considera la continuidad del devenir histórico como el espejo de lo eterno. Pero esta orientación del espíritu conservador, legítimo y constante por principio, resulta inmediatamente degradado cuando existen motivos personales que lo guían (la satisfacción personal de los afectos constituye la fuente más copiosa del kitsch), cuando, como sucede siempre en períodos en los que irrumpe la revolución, se utiliza como fuga hacia lo irracional, como fuga hacia lo idílico de la historia, en la que prevalecen las convenciones consolidadas. Esta nostalgia personal hacia un mundo mejor y más seguro nos permite comprobar la razón por la cual actualmente florezcan los estudios de historia y la novela histórica, pero a la vez demuestra que ésta es una manera como cualquier otra para descender a un terreno que ya corresponde a una esfera sometida a la influencia

del kitsch (todo mundo histórico revivido nostálgicamente es "bello"). En realidad, el kitsch es la manera más sencilla y directa para aplacar esta nostalgia: en otro tiempo la exigencia romántica se aplacaba con las novelas de caballerías o de aventuras (en la que los vocablos más inmediatos de la realidad histórica eran sustituidos por *clichés* prefabricados); y también hoy, cuando se huye de la realidad siempre se va en busca de un mundo de convenciones consolidadas, del mundo de los antepasados, en el que todo era justo y bueno; en una palabra, se intenta instaurar una relación inmediata con el pasado. De la misma manera, el kitsch copia técnicamente lo que lo precede directamente y los medios que utiliza para ello son de una simplicidad sorprendente (precisamente se podría atribuir al kitsch cierto poder de creación de símbolos); basta que cualquier figura del pasado histórico más reciente –pongamos, por ejemplo, al Emperador Francisco José– aparezca en la escena de una opereta, para que su presencia cree aquella atmósfera de aligeramiento de la angustia que el hombre necesita. Y lo mismo sucede con el kitsch de las novelas rosa.

*Trueque de lo finito con lo infinito*

Es preciso distinguir entre la superación de la muerte y la huida de la muerte, entre la iluminación de lo irracional y la huida ante lo irracional. El kitsch es huida, una huida incesante hacia lo racional. La técnica del kitsch, que se funda en la imitación y que actúa siguiendo unas recetas

determinadas, es racional, incluso cuando el resultado es altamente irracional o llega al absurdo. Como sistema de imitación que es, el kitsch se ve obligado a copiar los rasgos específicos del arte. Pero el acto creativo del que surge la obra de arte no se puede imitar metodológicamente: solamente se pueden imitar sus formas más simples. Es bastante significativo y característico el hecho de que, a falta de una fantasía propia, el kitsch deba recurrir constantemente a los métodos más primitivos (cosa que se ve con toda claridad en la poesía y también, aunque parcialmente, en la música): la pornografía, cuyos vocablos de la realidad consisten notoriamente en actos sexuales, y por lo general en una simple alineación de tales actos; la novela policíaca no es otra cosa que una secuela de victorias siempre iguales sobre los criminales; la novela rosa va alineando actos de bondad idénticos recompensados y de maldad castigada (el método de esta monótona articulación de vocablos de la realidad es el de la sintaxis más primitiva, del ritmo constante del tambor).

Si se quisieran transformar en realidad estas situaciones novelescas no resultarían fantásticas sino simplemente absurdas, porque lo que les falta es precisamente el poder de significación que el sistema sintáctico confiere a la auténtica obra de arte. En el sistema no hay ni libertad de composición, ni subjetiva ni objetiva, ni posibilidad de elegir los vocablos reales, y a la vez, el vínculo entre las bases de la realidad y la forma de composición resulta tan ilógico como

puede serlo el de una casa y los ornamentos aplicados del kitsch arquitectónico. Probablemente es esta imposibilidad de copiar un trabajo creativo lo que impulsa el sistema hacia la imitación (y no solamente del arte), a justificar su propia traición en aras del fin superior del valor del sistema imitado, con el recurso a los aspectos oscuros y dionisíacos de la existencia, al impulso de la sangre, y al sentimiento. Es indiferente el que más tarde estas llamadas al "sentimiento" se conviertan en una pseudo-conciencia, en una pseudo-concepción del mundo, en una pseudo-política, o en una novela rosa, porque en el kitsch todos los sentimientos están destinados inevitablemente a transformarse en un recetario racional de imitaciones: por ejemplo, la novela kitsch intenta imitar el vínculo profundo con la naturaleza de un Hamsum exhibiendo innumerables y clamorosas declaraciones de amor a la tierra y a la gente del campo; la literatura de escapismo intenta, de una manera análoga, asimilar a su temática propia la infinita busca de Dios de un Dostoyevski; pero estos esfuerzos que hace el kitsch para alejarse de sus métodos representativos propios y específicos no sirven para cubrir la distancia que lo separa del arte y por ello resulta evidente la conversión de lo infinito en un finito potente (cosa que siempre sucede cuando un valor finito y menor pretende alcanzar una validez universal).

*Representación del mal*

Esta satisfacción de los impulsos obtenida por medios

finitos y racionales, esta patentización finita de lo infinito, este pensar sólo en lo "bello", confiere al kitsch un no sé qué de falso bajo el cual se intuye el "mal" ético. Porque la huida ante la muerte (que no es la superación de la muerte), este acto de formación del mundo que lo deja informe, también es una superación aparente del tiempo: la transformación del tiempo en un sistema simultáneo al que tiende todo sistema de valores, es un objetivo al que tiende también todo sistema de imitaciones, y por lo tanto el kitsch. Por otra parte, en el sistema de imitación no existe ningún acto formativo nuevo, lo irracional no es iluminado, el aspecto cognoscitivo queda confinado en la esfera de lo finito y no existe otra cosa que la sustitución de una definición racional por otra definición racional. El kitsch no puede alcanzar la superación del tiempo y su huida ante la muerte es un mero "pasatiempo".

El que produce el kitsch no es una persona que produzca un arte peor, no es un artista dotado de facultades inferiores o quizá nulas; no se puede valorar en modo alguno según criterios estéticos, sino que, simplemente, se le ha de considerar como un ser éticamente abyecto, como un malvado que desea el mal. Y puesto que lo que se manifiesta en el kitsch es el mal radical (el mal que está en relación con cualquier sistema de valores como polo absolutamente opuesto), el kitsch se ha de considerar como "mal" no solamente para el arte sino también para cualquier sistema de valores que no sea un sistema de imitación. El que hace las

cosas por el gusto de que "queden bien", el que no busca otra cosa que la satisfacción de los afectos que le produce el "quedar bien", este suspiro de satisfacción, o sea, el esteta radical, se considera autorizado para utilizar, y efectivamente utiliza sin ninguna clase de ponderación, cualquier medio con tal de alcanzar este tipo de belleza. Es la elefantíasis del kitsch, el espectáculo "sublime" ideado por Nerón en sus jardines imperiales, con los fuegos de artificio de los cuerpos de los cristianos ardiendo, para poder "cantar" la escena tocando el laúd (y no es una casualidad que la ambición fundamental de Nerón haya sido la de ser un histrión).

Todos los períodos históricos en los que los valores sufren un proceso de disgregación son períodos de gran de gran florecimiento del kitsch. La fase final del Imperio Romano produjo el kitsch y la época actual, que se encuentra al final de un proceso de disolución de la concepción del mundo medieval, no puede ser representada por otra cosa que por el "mal" ético. Las épocas caracterizadas por una pérdida definitiva de valores se apoyan en el "mal", y un arte que quiera ser expresión adecuada de las mismas también ha de ser expresión del "mal" que en ellas existe.

Fragmento de "Das Böse im Wertesystem der Kunst"
("El mal en el sistema de valores del arte", 1933),
Traducción de Francisco Serra Cantarell,
en H. Broch: *Kitsch, vanguardia y arte por el arte*. Tusquets, 1970.

# El estilo kitsch y su época

Norbert Elias
(1897-1990)

En el siglo XIX, el buen gusto pasó a ser sustentado por un nuevo estrato social. La posición del artista y la función social del arte se transformaron radicalmente en la sociedad burguesa-industrial. Al difundirse por toda la sociedad el influjo burgués, lo que hasta entonces se había trasmitido de manera estable, tácita y casi automática entre la "buena sociedad" –el *savoir vivre*, los buenos modales, el gusto contrastado–, dejó de impartirse imperceptiblemente entre los miembros del cuerpo social y pasó a ser objeto de un aprendizaje individual dirigido por especialistas. El mismo Napoleón se adiestró conscientemente, tomando a los actores como ejemplo. El *dandy* Beau Brummel, arquetipo del especialista del buen gusto, impartió lecciones de modales y gusto a la buena sociedad inglesa, a los cortesanos, incluso al príncipe heredero. Un ejemplo llamativo de este cambio lo proporciona la historia de la pintura. Hasta Manet y los impresionistas, la "buena sociedad", los grupos

sociales dominantes, como una manifestación más de su relevancia social, dictaban, aunque con decreciente influencia, la norma del gusto pictórico. Pero con los impresionistas se impuso, por primera vez de modo claro, un arte de especialistas en abierto desafío con la pintura y el gusto dominantes. A partir de entonces, la especificidad del gran arte y la situación existencial de los artistas no puede comprenderse sin tener en cuenta la manera en que la individualización especializada, la creciente auto-referencialidad del artista, y la completa transformación de su posición en la sociedad, quedan reflejadas en las variaciones de sus obras. Los impresionistas eran plenamente burgueses y de ninguna manera eran revolucionarios en un sentido social o representantes de una clase emergente que desafiara a la burguesía dominante. El inicial rechazo de que fue objeto el impresionismo por parte de la profesión pictórica reflejó, no tanto una tensión entre distintas capas sociales, como una separación entre el gusto del especialista, del amante del gran arte, y el grueso de la sociedad, el gusto de los no-especialistas.

Poussin y Watteau, Racine, incluso Voltaire, crearon sus obras desde una condición de dependencia, como empleados socialmente subordinados a una sociedad cortesana que dictaba activamente la norma del gusto artístico. Aunque Goethe pudo alcanzar cierto grado de autonomía e igualdad, siempre quedó circunscrito y controlado por un rígido y poderoso círculo social. Manet, Cézanne o Picasso,

Valéry o George, eran, por el contrario, pares sociales de sus clientes. Sólo que ahora, como individuos aislados en el mercado, tenían que proponer, usando sus propios recursos o con la ayuda de mecenas, sus producciones a un público más o menos desconocido, generándose, como reacción, pequeños círculos auto-referenciales de iniciados y coleccionistas, de especialistas. Atraídos por el prestigio de este arte, se formaron en torno a estos círculos pequeños grupos de esnobs e imitadores. Pero más allá, el grueso de la sociedad permanecía confundido o indiferente ante unas obras de las que no percibía, al menos inmediatamente, que reflejaran sus condiciones psicológicas.

El término "kitsch" no es otra cosa que una expresión de esa tensión entre el desarrollado gusto de los especialistas y el dudoso e inculto gusto de la sociedad de masas. La palabra "kitsch" nació probablemente a principios del siglo XX, en los círculos muniqueses de especialistas –artistas y marchantes de arte–, a partir de la palabra inglesa "sketch" para referirse a los "bocetos" que los turistas estadounidenses compraban con profusión. Todo lo destinado a la venta se decía que había sido hecho para el *Verkitschen* [que significa, inicialmente, vender barato o a cualquier precio con el fin de obtener dinero rápidamente]. El sentido original de la palabra expresa todo el desprecio de los especialistas por el gusto inculto de la sociedad capitalista, pero también la tragedia de esa constelación, en la que, por motivos económicos, los especialistas, ya sean artistas, marchantes o edi-

tores, tienen que producir y vender productos que ellos mismos desprecian. El público, con todo su poder económico y social, inevitablemente incidió sobre los especialistas y su gusto. Lentamente, éstos también incidirán a su vez en el desarrollo del gusto del público. Y esta dependencia mutua generara, no obstante las tensiones entre ambos polos, formas expresivas convergentes, como cuando, transcurrido un tiempo, las formas especializadas del "expresionismo" o del "cubismo" se aplicarán al grafismo de los carteles publicitarios o a las arquitecturas de los cafés. Pero los dos polos, entre los que se desarrolló el estilo kitsch –los especialistas y la estratificada sociedad de masas–, estuvieron unidos por unas mismas experiencias, por una misma situación que arrastraba a todos los estratos por igual en una corriente incontrolable de guerras y conflictos sociales, de prosperidad y crisis. Este ritmo social compartido acabó confiriendo a las formas expresivas de la sociedad fragmentada una determinada uniformidad, un "estilo" que, ajustándose a la estructura de la sociedad, será menos rígido y más multiforme y rico en contrastes que los precedentes.

Los problemas formales suscitados por el estilo kitsch aún no se han resuelto. Aquí me limito a proponer unas observaciones, con la intención, cuando menos, de delimitar el contexto de la problemática.

## *1. Los anhelos de ocio de la sociedad trabajadora*

Más allá de sus posibles usos utilitarios, toda obra estética representa para el "público", para la masa de la población trabajadora, un símbolo de ocio. Esta función confiere a las artes un cariz muy distinto a la que tenían para las jerarquías cortesanas, patricias o eclesiásticas. La necesidad de pasatiempos, que los especialistas deben satisfacer, se añade a las necesidades primarias de trabajo y pan. No es tan apremiante como éstas y su configuración está determinada por ellas: por la tensión permanente de la vida profesional, por el deseo de liberar sentimientos fuertemente reprimidos en el ámbito del trabajo o por la tendencia a buscar en el ocio la satisfacción de deseos frustrados en la vida laboral. Ante la premura con que la vida laboral empuja hacia una muy determinada dirección las necesidades de ocio, el especialista en arte poco puede hacer por sí solo. Podrá burlarse tanto cuanto quiera, calificar de "kitsch" la sed de ocio y el gusto de los espíritus deformados por la presión laboral, o de "sentimentalista" la forma en que expresan sentimientos reprimidos y heridos por la coerción del trabajo. La necesidad de este "kitsch", entendido como ansia de ocio, viene socialmente impuesta. El kitsch, en el sentido negativo de la palabra, es el fiel reflejo de un estado espiritual generado por la sociedad industrial. Así entendido, el problema del kitsch adquiere una importancia, que normalmente se le niega.

## *2. La emancipación del sentimiento individual*

Casi todos los productos mediocres de la época kitsch, y no pocos de los grandes productos, se distinguen de los del pasado por su carga emocional, especialmente intensa. Así lo denotan las grandes obras musicales: desde Beethoven, Schubert y Schumann, pasando por cimas como Verdi y Wagner, hasta llegar a Debussy, Ravel, Stravinsky o Weill, la presencia del sentimiento se va extendiendo por entre nuevas formas y nuevos públicos. En la pintura, más allá de puntuales tendencias opuestas, la carga emocional también se hace siempre más perceptible. Desde, cuando menos, los impresionistas en adelante, y más allá de lo que sostengan los propios artistas, lo que se pinta una y otra vez, y siempre con más determinación, no es el llamado mundo objetivo sino la naturaleza tal y como el individuo la siente emocionalmente. Y esta carga sentimental resulta igualmente palmaria en el llamado "kitsch", en su sentido negativo, por ejemplo, en las tarjetas postales kitsch, diseñadas para avivar las emociones del espectador, o en las baladas populares. En este sentido, una característica de la problemática del kitsch es que, por mucho que la forma de expresión de estas canciones resulte afectada y ridícula, la necesidad emocional que las sustenta, y que brota de la imposibilidad de encontrar en el escaso tiempo de ocio las relaciones que la vida laboral excluye, resulta plenamente legítima.

## *3. Tendencias progresivas y conservadoras del estilo kitsch*

En la sociedad industrial, la confrontación entre las distintas formas de expresión de la vida humana ya casi no se dirime entre los distintos estratos sociales y sí entre los especialistas que, consciente o inconscientemente, ofician como representantes de determinados grupos y tendencias sociales. De ahí que las tensiones sociales se reproduzcan en la esfera estética de la sociedad industrial. En un polo se concentran las tendencias que, consciente o inconscientemente, asumen como modelo los estilos artísticos del pasado. Guardianes de un santuario, sus representantes sólo aceptan lo grande y sublime, es decir, una versión idealizada y fuertemente censurada de la existencia humana.

El otro polo pretende hacer estallar las formas existentes y dar con nuevas formas propias de las nuevas circunstancias sociales y humanas, propias de las relaciones y experiencias de la sociedad industrial. Los primeros huyen de la incertidumbre que les acecha para refugiarse en el mundo idealizado de lo bello. Pero ya no cuentan, como sí ocurría en el pasado, con las certezas de un estilo afirmado, por lo que deben recrearlo una y otra vez como individuos aislados.

Los segundos, los progresistas como Zola o Malraux, el primer Gerhart Hauptmann o Brecht, desean extraer experiencias del mecanismo de encubrimiento. Ya no quieren ocultar la mediocridad o la confusión, la mezquindad o el

desconcierto bajo la simetría de unas formas cuidadas; más allá del gozo y del dominio formal, intentan expresar la amenaza, la suciedad y el peligro, lo informe y lo desmedido. La problemática inherente a sus obras es, sin duda, distinta, pero no por ello menos relevante, que a la que se enfrentan los creadores conservadores. Para estos últimos, la forma, más o menos tradicional, se impone sobre el contenido y excluye determinadas experiencias, ideas y situaciones. Para los progresistas, el peligro es el opuesto: que el propósito principal de sus obras, el contenido, se imponga sobre la forma.

Esta bipolaridad refleja fielmente la tensión social. Toda clase dominante, a medida que se distancia de sus dominados, concede siempre más importancia al porte y al gesto, al "cómo" se presenta, a la ostentación formal, es decir, a los mecanismos de distanciamiento. Para los grupos nuevos y emergentes, por el contrario, la idea y el contenido, es decir, aquello que las clases conservadoras obvian o censuran, son incomparablemente más importantes que la forma. Y esto explica el predominio, ya sea sentimental o intencionado, del contenido y del tema sobre la *forma* de la representación en las obras de la época kitsch ya sean buenas o malas. Y responde a esa constelación social específica que permite a los distintos estratos de la masa emerger, al mismo tiempo que dificulta a la "buena sociedad" preservarse manteniendo la rigidez de las formas sociales. El desasosiego aumenta, las familias se forman y disuelven

con mayor rapidez, la sociedad se va atomizando y la norma del gusto deja de estar en manos de unos círculos sociales estables para quedar atendida por especialistas en materia de gusto aislados en sus círculos de iniciados. Junto con los cambios tecnológicos y otros factores que aquí no pueden analizarse, todo esto hace que el mecanismo de producción estética opere en la sociedad industrial de manera muy distintas a como lo hacía en las precedentes. De ahí que el abismo entre el estilo kitsch y los estilos anteriores sea especialmente profundo.

La palabra "kitsch" tiende a la vaguedad, pero dejo a otros la definición de la misma. Lo que aquí he analizado no es la palabra sino el kitsch mismo y el estilo kitsch. ¿Existió en otras épocas el kitsch? Esto es algo que aún está por estudiar; pero, sin duda, existió si se dieron condiciones de producción similares a las señaladas. De lo contrario, calificar como "kitsch" cualidades formales de otras épocas no sería más que huera analogía.

Lograr ver el vínculo paradójico y antinómico entre las grandes obras de los artistas-especialistas y las obras destinadas a la satisfacción del gusto de las masas, es algo que depende de la capacidad teórica de cada cual. La expresión "estilo kitsch" se ha usado aquí, precisamente, para señalar ese vínculo.

La compleja fecundidad, la problemática grandeza de nuestra vida social y artística, quedan recogidas en dicha expresión, como también queda recogida la conciencia

tanto de la radical transformación de la que somos partícipes como de las potencialidades artísticas que aún están por descubrirse en el camino que hemos emprendido.

'Kitschstil und Kitschzeitalter',
publicado en la revista *Die Sammlung* en 1935.

# Principios y virtudes del kitsch

Abraham Moles
(1920-1992)

## *Los cinco principios del Kitsch*

1) *Principio de inadecuación*: Engelhardt propone la idea de inadecuación cuando observa que existe, en todo, aspecto o en todo objeto, una desviación, una distancia permanente en relación con su fin nominal; distancia con respecto a la función que debe cumplir, si se trata de un producto o de un tirabuzón; distancia en relación con el realismo, si se trata de un figuración artística cualquiera. El Kitsch apunta siempre un poco de costado, reemplaza lo puro por lo impuro, aun cuando describa la pureza.

Sobredimensionalización o subdimensionalización del objeto; cabeza de político en los tapones de las botellas, dorado de los últimos metros de una vía de ferrocarril en desarrollo, cabeza de Jesús como señalador de libro de oraciones, etc. El objeto está siempre, al mismo tiempo, *bien* y *mal* ejecutado: "bien", al nivel de la realización cuidada y

acabada, "mal" en el sentido en que la concepción está siempre ampliamente distorsionada. El acabado es una virtud de artesano, y no es raro que las virtudes artesanales de los campesinos se hayan convertido masivamente en el Kitsch contemporáneo para uso turístico.

2) *Principio de acumulación*: o la idea de *abarrotamiento* o de *frenesí*, del "siempre más" que surge con evidencia irrefutable en la cultura burguesa. Pocos grandes artistas están totalmente exentos de esa tendencia, que consiste en amueblar el vacío con una sobrecarga de medios: pensemos en Richard Wagner, que amontonaba la poesía con la música, el teatro con la poesía, el ballet con el drama; pensemos en las prodigiosas volutas doradas de los lechos de Luis de Baviera. La acumulación de la religión y el heroísmo, del erotismo y del exotismo, hace desbordar las aguas de nuestra sensibilidad y lleva, eventualmente, a una oposición radical a ésta, a una reacción de *superación*, de inmersión que nos fuerza a la percepción global de un sistema. El Kitsch nunca nos deja indiferentes, y el buen gusto no es más que una de las formas del mal gusto (Savignac).

Más específicamente, el juego, propio del objeto Kitsch, de la materia y de la forma (la porcelana de Meissen para las arañas, el oro para las camas, las maderas finas para los hueveros, que se combina, de un modo bastante desconcertante, con las columnas de ladrillo símil-piedra de los templos neo-renacimiento de las iglesias de Europa cen-

tral): *se adopta la forma a partir de la génesis de otra materia*: el molde de hierro colado toma las curvas evanescentes de las pastas de malvavisco o de los macarrones, el heroísmo toma las formas del buen gusto, el sufrimiento se degrada en pudor, etc. El principio de acumulación, de frenesí, no es, sin embargo, *exclusivo* del Kitsch; el manierismo y el rococó participan del mismo factor latente, y abren la posibilidad de que el Kitsch se inserte en estos estilos artísticos, mejor que en la pureza clásica o geométrica.

3) *Principio de percepción sinestésica*: El principio de percepción sinestésica se relaciona con el de la acumulación; se trata de *tomar por asalto* la mayor cantidad posible de canales sensoriales, simultáneamente o de manera yuxtapuesta. El *arte total*, ideal permanente de nuestra época, se ve permanentemente amenazado por la caída en el Kitsch, del mismo modo que la Tetralogía en un teatro de provincia. El triunfo de la ópera, y por lo tanto de la ópera cómica, es movilizar los ojos y los oídos, el sentido de lo lejano (Schiller). La multiplicidad de los canales, que se interfieren sin reglas y sin mesura en los sistemas nerviosos centrales de integración, se propone como un fin en sí mismo. Tanto en los relojes de carillón como en las botellas de licor musicales y adornadas con lentejuelas doradas, o hasta en los libros perfumados, se manifiesta la mentalidad de la torta de bodas de muchos pisos, donde el bizcochuelo se añade a la banana, al azucarado, al chocolate y los colores

del arco iris en una obra caracterizada por su gigantismo y por sus pretensiones escultóricas a la Torre de Babel o a la iglesia del pueblo.

4) *Principio de mediocridad*: La tragedia del Kitsch es el principio de mediocridad. Con esta acumulación de medios, con este enorme despliegue de objetos, el Kitsch se queda a mitad de camino en la novedad, se opone a la vanguardia y permanece, esencialmente, como un arte de masas, es decir, aceptable para las masas y propuesto a ellas como sistema. Por la mediocridad, los productos kitsch alcanzan lo auténticamente falso y, eventualmente, la sonrisa condescendiente del consumidor, que se cree superior a ellos desde el momento en que los juzga.

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 se encuentra en la base de la heterogeneidad del Kitsch; facilita a los consumidores el acto de absorción y lo propone en todos los campos (hay un Kitsch de la *vanguardia*: *la moda*). La mediocridad es el nudo gordiano del Kitsch, y desentrañar su confusión es prácticamente imposible, pero *toda ruptura con la mediocridad* que tienda a cualquier absolutismo, destruye el fenómeno y lo reemplaza por un fenómeno de belleza o de fealdad, cualquiera de los cuales ejerce un efecto concurrente sobre la sinceridad.

5) *Principio de confort*: 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.

Señalemos finalmente que el confort en la inadecuación y la irracionalidad, que son algunos de los rasgos esenciales del Kitsch, implican, para salir de este dilema, *la mano de obra*: limpiar los *bibelots*, poner la mesa o efectuar las diversas operaciones de los cambios de platos. [...]

El Kitsch aporta al hombre, en primer lugar, una función de placer, o más bien de *espontaneidad en el placer,* extraña a la idea de belleza o de fealdad trascendentes y le aporta asimismo la participación limitada e indirecta en la *extravagancia.* Con respecto a esto, la moda ("hasta dónde se puede llegar permaneciendo en el medio"), suministra ejemplos precisos. El Kitsch es la recuperación del talento artesanal; es, de un modo general, la recuperación del arte subversivo en la *Gemütlichkeit*, en el confort de la vida cotidiana, es la gran victoria del *talento* contra el *genio* (Morin).

*La función pedagógica del Kitsch*

Por esto, una de las funciones fundamentales del Kitsch es su función pedagógica o educativa. El camino más simple para llegar al "buen gusto" es pasar por el "mal gusto", por un proceso de depuración sucesiva, es decir, por el

ascenso a una *pirámide de cualidad*, paralela a la pirámide meritocrática (Young). El neo-Enrique II es el camino más normal para la comprensión del estilo de los muebles antiguos; la copia del gótico aporta criterios de autenticidad que pueden reconocerse semánticamente, pues la iglesia neo-gótica ejemplifica los rasgos distintivos del gótico en gran escala, en la medida misma en que los caricaturiza (catedral de San Pablo de Londres).

Se ha descuidado, por lo general, la función pedagógica del Kitsch, a causa de las innumerables connotaciones negativas de éste y de la tendencia instintiva de todos los que escriben a sobrellevar su propio juicio estético. En una sociedad burguesa, y más generalmente meritocrática, el pasaje por el Kitsch es el *pasaje normal* para acceder a lo auténtico, y aquí la palabra "normal" no implica ningún criterio de valor sino un aspecto estadístico. El Kitsch proporciona placer a los miembros de la sociedad de masas y, mediante el placer, les permite acceder a exigencias suplementarias y pasar de la sentimentalidad a la sensación. Las relaciones entre el Kitsch y el arte son, por lo tanto, especialmente ambiguas: son las relaciones de la sociedad de masas con la sociedad creadora. El Kitsch sigue siendo, esencialmente, un sistema estético de *comunicación masiva*.

Vemos que surge detrás de la observación precedente una ética kitsch de la adaptación a la mayoría, ya enunciada por Pareto con el nombre de *ofelimitado*.

Determinemos esta idea de ofelimitado o de adaptación social. Los productos culturales de la industria se regulan, como dijeron Brecht y Surhkamp, según el principio de su *comercialización* y no según su contenido autónomo y su estructura propia (Adorno). En otros términos: los productos culturales resultantes de la copia de un modelo original que, en el conservatorio o en el museo imaginario, constituyen o deben constituir la casi totalidad de los elementos de la cultura, son valorizados por el mercado en lugar de constituirse en mercado. La última edición de la *Novena sinfonía* de Beethoven o de la *Júpiter* de Mozart no están determinadas por el hecho de que sean bellas, sino por el hecho de que se venden.

Para la sociedad burguesa, regida por el dinero, es decir, por la existencia de una tabla de esfuerzos vinculados con la acumulación, se constituye, en el universo del arte, una *demografía de las obras*, que pueden pertenecer al universo de lo *único*, como en el siglo XIX, o al de la *copia*, como en la actualidad. Puede establecerse, pues, una pirámide demográfica de las obras, en función del *esfuerzo* necesario para acceder a ellas, y el término "acceso" debe adoptar aquí su significado en el cascarón personal del hombre, en su *ambiente privado*. Significará, por lo tanto, *esfuerzo de adquisición*: conocer es poseer, y el término se encuentra presente, también, en la Biblia, a propósito del cuerpo femenino. Conocer una obra de arte es, esencialmente, poseerla, único modo de la sensualidad que conviene a una

cultura posesiva; es, por lo tanto, poder comprarla, y si no es ella será su copia artesanal o en serie, su dibujo, su cromo, su reducción, etc.

En este universo artístico se construye, pues, una pirámide "demográfica" de las obras, en función de su grado de acceso, más o menos correlativo con su cualidad. Pero, al mismo tiempo, se establece una pirámide de las necesidades, del confort, de los burgueses, con un alargamiento muy nítido en el siglo XIX en relación con la clase obrera, alargamiento que prácticamente se ha borrado en nuestros días [...].

En definitiva, el individuo situado en la pirámide social, en la pirámide de los *ingresos*, o en la pirámide, más reciente, de la *meritocracia*, está vinculado con una forma global de satisfacción estética y con una idea estadística de confort burgués, que tiene el mismo nivel que su universo. Paralelamente a esta pirámide se sitúa la pirámide de las necesidades artísticas y de las consideraciones artísticas de las obras. La emergencia, en una clase social *dada*, está caracterizada por los atributos exteriores, que son los mismos de esa clase, o que se le *asemejan de un modo suficiente*. Este es el *consumo ostentatorio* de Veblen, en el cual el estado social se reduce esencialmente a su *apariencia*: la posesión de un mueble noble equivale al título de nobleza.

[...] El Kitsch y el neokitsch se perciben, ante todo, como un aspecto *psicopatológico de la vida cotidiana*. La acumulación, el frenesí, la inadecuación, la mediocridad, la inuti-

lidad o la falsa funcionalidad están colmadas, para el moralista, de connotaciones negativas, representan lo *malo*, y si, por otra parte, el Kitsch es permanente como el pecado, como observa Egenter, se presenta para el filósofo con preocupaciones éticas, como objeto de una lucha, una especie de evolución necesaria del universo social, un teorema de Carnet de los productos sociales, que afirma algo así como que, como la entropía, la cantidad de Kitsch en la sociedad global sólo puede crecer, y que la lucha del hombre (artista, intelectual, hombre de gusto) contra el Kitsch es siempre un fenómeno local, una desviación peculiar que, por otra parte, se ve retribuida por un aumento cada vez mayor.

El Kitsch, se preguntará un novelista, ¿será acaso el *diablo en el arte*? ¿la varilla del vendedor de *souvenirs* y del agente de turismo reduce la obra de arte a polvo, o a tarjetas postales, por simple contacto? El Kitsch, en mayor medida aún que la alienación turística, ¿introduce, con la vulgarización de los valores artísticos, la destrucción de la trascendencia y, por esto, el gusano de la corrupción en el esplendor de la belleza pura? Pasaríamos así de la psicología social a la psico-estética, y de allí a una teoría de los valores. Pero éste no es nuestro propósito.

La función del psicólogo es *atestiguar* un fenómeno, *analizar* las fuerzas y las relaciones entre los fundamentos de estas fuerzas y *describir* de un modo bastante exhaustivo como para permitir la reconstrucción de una imagen depurada de ese fenómeno. El Kitsch, a partir de una actitud res-

pecto del ambiente material, basada en una nueva relación entre la producción y el consumo, lleva en el límite, por la adición psicosocial que se basa en el individuo pero extrae de él los conjuntos, a una *sociedad kitsch* global, a una *Verkitschung* de la sociedad, donde las relaciones sociales mismas se ven influidas y transformadas por las relaciones con los objetos. Ya no se trata de ascetismo o de destrucción, sino de poder adquisitivo que en este nivel social expresará, por la voluntad de poder, la extensión continua, insistente y tranquila del *Lebensraum*, de ese cascarón personalizado de objetos, de *souvenirs* (relojes cucú de la Selva Negra evocación de una puesta de sol en las Islas Canarias), por la función de apropiación que expresará "el espíritu burgués", ese mito de la literatura sociológica comprometida, si tal cosa puede existir, y a quien, en todo caso, este estudio propone una definición psicoestética precisa.

Así, un aporte que puede realizar el estudio del Kitsch sería una *redefinición del burgués* a partir del espíritu kitsch, que se opone por lo general a la funcionalidad cibernética y al ascetismo destructor, pero se vincula con la idea de *término medio*, de justo medio, de contacto directo.

*De las virtudes del Kitsch*

Todo análisis científico, acarrea una disolución de los valores planteados *a priori* por el filósofo moralista; no hay Bien ni Mal en el Kitsch, hay universalización o particularismo. El estudio del Kitsch, entablado como un irónico

proceso, quizá se transforme en una justificación sociológica de éste, desde el momento en que el vínculo entre *vida cotidiana* y *Kitsch* se muestre como esencial.

Recordemos que hemos encontrado cierta cantidad de argumentos fundamentales en favor del modo kitsch de las relaciones entre el hombre y el ambiente:

1) La relación kitsch, y el arte que resulta de ella, es profunda y naturalmente *pedagógica*. El buen gusto se establece socialmente *contra*, *a través de* y, por lo tanto, *mediante* el mal gusto, en oposición con el esteta, que pretende despreciar esas oposiciones sociales y prefiere los caminos reales de la belleza, revelados espontáneamente o encontrados como evidencias azarosas. El Kitsch nos enseña los *criterios* semánticos de la obra, nos enseña a juzgar, nos propone excursiones en relación con nuestro punto de partida, excursiones lo suficientemente cercanas como para acarrear nuestra aceptación, sin gastos intelectuales exagerados.

2) El Kitsch es el producto de uno de los éxitos más incuestionables, universalmente, de la cultura burguesa: la creación de un *arte de vivir*, tan refinado, sensible y detallado al mismo tiempo, que conquistó el planeta aun antes de ser apoyado por la fuerza de cualquier regla. El Kitsch es un concepto universal y permanente, que se encuentra en todas las culturas posesivas, en grados diversos, pero que se asocia con el triunfo de la clase media. Sería interesante y útil emprender un estudio etnológico del Kitsch en todas las culturas que tuvieron una clase media triunfante y pose-

siva (Roma al fin del imperio, por ejemplo), utilizando la clave del antiarte para penetrar en su vida.

3) Si el Kitsch no es el arte, es por lo menos *el modo estético de la cotidianidad*, rechaza la trascendencia y se establece en la mayoría, en el término medio, en la distribución más probable. El Kitsch, dijimos, es como la felicidad, sirve para todos los días.

*¿Un totalitarismo sin violencia?*

El Kitsch es dulce e insinuante, permanente y omnipresente; se encuentra en el mismo nivel que nuestra vida, no requiere otro esfuerzo más que el de una gimnasia mental moderna y recomendable, es "sano" (!), y se encuentra protegido de todos los excesos culpables del arte absoluto; de allí su íntima relación con la religión, cuando esta se transforma en religión de masas: el misticismo de Teresa de Ávila o de Salvador Dalí, el vicio de Baudelaire o del doctor Fausto se encuentran, *a priori*, fuera de su campo, son errores de gusto, allí donde el buen gusto se confunde con el mal gusto, en el horror de la superación.

El Kitsch rechaza todo exceso, en uno o en otro sentido: "dulce" o "agrio", está al alcance de todos los bolsillos, de todos los espíritus, de todas las conciencias. Su omnipresencia y su seducción lo constituyen en la verdadera antítesis de la ascesis, tanto de la ascesis funcionalista como de la hipertrofia del gran coleccionista (Duveen). Lo que se opone al extremo no es el otro extremo sino la *mediocridad*

y, por ende, no hay ser humano, artista, asceta o héroe que no tenga algo kitsch, en la medida en que es cotidiano.

"El arte es la alegría más alta que el hombre se brinda a sí mismo"; dice Hegel. Pero nadie puede, salvo durante intervalos, vivir en las alturas: de allí el totalitarismo del Kitsch. Por eso el estudio de este modo de vida, cuya imagen cubre la casi totalidad de la vida social, implica necesariamente un aspecto de *dominación*. La dictadura del Kitsch se impone con la clase dominante, y la tesis de Dichter se transforma en una tesis filosófica: si hay un objeto para cada problema, cualquier tensión, cualquier conflicto individual o colectivo debe poder resolverse con un objeto. Las relaciones entre los hombres se disuelven al nivel de las relaciones entre los objetos, que resuelven todos sus conflictos del mismo modo y abren camino a una *ecología de los hombres y las cosas*.

Aquí es donde la función del intelectual –representado por el *diseñador*–, el artista que presta un servicio social, se torna simbólica. Si nadie puede escapar a alguna mediocridad, en todo hombre, y más aún en el creador, hay una *voluntad de absoluto*, una voluntad de escapar a la alienación de la mayoría. El diseño funcionalista, que se sintió responsable del ambiente cotidiano, creyó que al modificarlo *obligaba* al hombre medio, ciudadano de la sociedad de masas, a *superarse*.

Renunció a eso, y es notable que esta dimisión de cierta función social del artista haya coincidido con las divergen-

cias ideológicas entre el intelectual y la sociedad política. Si, como observa Morin, la sociedad no acepta al *genio*, es porque rechaza la subversión que él implica y prefiere el *talento*. En este punto se sitúa uno de los dramas contemporáneos: el diseñador puede, a título individual, encontrar su sentido y su fuerza poniéndose al servicio de los mecanismos de manipulación de masas; puede, asimismo, ser o creador en organización, en *marketing* o en publicidad, y hasta creador absoluto, en los sistemas de leyes que domina, al servicio de un mecanismo social que él reconoce, con el fin de superarlo (*aufheben*). Pero debe renunciar, necesariamente, a la función de reformador social, para acantonarse en la de creador absoluto. La estética de los dioses no es para los hombres, y la metacreación de los dioses que se ponen al servicio de los hombres sigue estando, si no entre paréntesis, en todo caso *al margen*.

Fragmentos de los capítulos quinto y último del libro *Le Kitsch, L'art du bonheur* (París, 1971). Traducción de Josefina Ludmer, para la edición de Paidós, Barcelona, 1990

# El hombre-kitsch, el artista-kitsch

Matei Calinescu
(1934-2009)

El fenómeno del kitsch no se entiende adecuadamente sin tomar en consideración la función del consumidor de "supuesto arte". Esto exige analizar la complejidad del llamado "hombre-kitsch." Autores con intereses diversos como Hermann Broch, Ludwig Giesz (filósofo de la fenomenología), Gillo Dorfles (crítico de arte), Richard Egenter (teólogo católico) y otros han sopesado el concepto de "hombre-kitsch". Este tipo de hombre, dicho llanamente, es el que tiende a vivir como kitsch incluso lo que no es kitsch, ya sean obras o situaciones. Ejerciendo de turista, por ejemplo, el hombre-kitsch "kitschizará" no sólo los monumentos de la cultura sino los paisajes de la naturaleza (Harold Rosenberg está en lo cierto cuando señala que las Montañas Rocosas son kitsch). Lo que caracteriza al hombre-kitsch es su inoportuno sentido hedonístico ante lo artístico o lo bello. Por motivos de orden histórico, sociológico y cultural, el hombre- kitsch quiere llenar su tiempo libre con

cuanta emoción pueda a cambio del menor esfuerzo. Su objetivo es el disfrute sin esfuerzo.

La idea del hombre-kitsch puede resultar más clara si la enfocamos no sólo desde un punto de vista estético sino también ético. Este enfoque combinado resulta, más allá de su problematicidad teórica, inevitable toda vez que la actitud estética del hombre-kitsch –y del artista-kitsch, también– implica una ineptitud moral básica. Hermann Broch acierta cuando señala: "El sistema del kitsch exige de sus seguidores que 'trabajen bonito,' mientras el sistema del arte impone la orden moral de 'trabajar bien'. El kitsch es el elemento del mal en el sistema de valores del arte."

Este elemento se percibe en la característica fundamental del kitsch: mentir.[1] Así considerado, el problema suscita la cuestión de la intención. En la mayoría de los casos el mentiroso pretende *engañar* (sea cual sea su propósito último), pero también hay mentirosos convencidos de que lo que dicen es, o puede ser, cierto. El artista-kitsch puede no tener una intención consciente o explícita de producir kitsch, pero no anda muy alejado de dicha conciencia cuando piensa en su obra no tanto en función de su intrínseca validez (la conminación ética de Broch a "¡trabajar bien!") como de su aceptación por cuantos más consumidores, es decir, por su éxito económico. El artista-kitsch

1. Sobre la ecuación *kitsch* = *"mentira estética"* , véase Umberto "Eco: "La struttura del cattivo gusto" en *Apocalittici e Integrati*, Bompiani, Milán, 1965.

recurre a los usos de la "belleza" de la misma manera que el mentiroso recurre a los usos de la credibilidad. En última instancia, el que se convenza de que lo que hace es un arte bueno y honesto, resulta completamente irrelevante. No es aquí lugar para tratar el problema de la moralidad o inmoralidad de la mentira, basta recordar que existen las mentiras bienintencionadas. También las hay que confunden para proteger, o para agradar. Aunque casi siempre las mentiras buscan, directa o indirectamente, no el beneficio ajeno sino el propio, no conviene olvidar que, a un nivel más sutil, la mentira está estrechamente relacionada con la ironía. El irónico puede hacerse pasar por ignorante de lo que conoce (la ignorancia simulada es la clave de la ironía socrática); puede fingir que le gusta lo que aborrece, o que cree en lo que descree. En este sentido, conviene subrayar que el kitsch, especialmente en sus manifestaciones más palmarias, se presta muy bien a la lectura irónica. Esto explica el gusto por el kitsch de destacados representantes de la vanguardia negativista, como también explica la sensibilidad *camp*, donde la ironía viene a ser una elegante excusa para disfrutar de lo más basto del kitsch.

Buscando la analogía: el artista-kitsch miente estéticamente de la misma manera que el "seductor" barato lo hace en el día a día. Saca provecho (con más o menos talento) de las debilidades e ilusiones de sus "víctimas". Aunque no hay que olvidar que estas "víctimas" –atacadas por un actualizado *síndrome Bovary*– desean ser engañadas. La propen-

sión a creer en las "mentiras estéticas" del kitsch (y la consiguiente huída de la dura verdad y cruda realidad) indica la presencia de un sentido crítico poco desarrollado o atrofiado. La pasividad mental y la pereza espiritual son propias del, sorprendentemente poco exigente, consumidor de kitsch. Así, teológicamente, Richard Egenter puede estar en lo cierto cuando equipara el kitsch con el pecado de la pereza. Según Egenter, siempre cabe percibir el mensaje artístico como "una invitación a la pereza y al mero disfrute, pero esto se torna deshonesto cuando se aduce la excusa de la experiencia estética [...]. Porque, tanto del artista como del espectador, el arte exige esfuerzo y seriedad; si esto no ocurre, la actividad artística se convierte en una huída de la realidad. Puede convertirse no sólo en una afectada reflexión sobre la realidad sino en una puerta de entrada para el mal. Satán se presenta con más brío y facilidad vestido de símbolo artístico que de concepto científico".[2] Conviene, no obstante, señalar que el esfuerzo honesto y la seriedad no atajan el kitsch (suele ocurrir lo contrario), y que la broma, la ironía y el reírse de uno mismo pueden ser salvíficos. En términos históricos, la reacción moderna contra el Romanticismo adoptó no infrecuentemente actitudes ligeras y despreocupadas, contribuyendo así a reconsiderar la idea del *arte como juego*. Sea como fuere, el esfuerzo y la seriedad no solucionan el problema; más aún si tenemos en

2. *The Desecration of Christ* (traducción inglesa de *Kitsch und Christenleben*), Franciscan Herald Press, Chicago, 1967, p. 75.

cuenta que la seriedad resulta muy fácil de fingir. El buen humor, lo guasón, resulta, sin duda, más difícil de imitar, de ahí que gran parte del kitsch (especialmente el más tosco) sea abiertamente sentimental y pomposo y rara vez pretenda invitar a la juguetona ligereza.

¿Qué es, en definitiva, el kitsch? No existe, por desgracia, ninguna definición que por sí sola pueda servir. Sin embargo, combinando el enfoque histórico (el kitsch surge del Romanticismo), el sociológico (el kitsch está estrechamente unido al industrialismo y al desarrollo del ocio) y el estético-ético (el kitsch es arte falso, producción de "mentiras estéticas"), podemos aprehender satisfactoriamente el fenómeno. El kitsch, puede decirse, es un producto de la modernidad, muy ligado al nacimiento y desarrollo del consumismo estético. Un elemento esencial a la hora de reconocer e identificar el kitsch es su disponibilidad en cantidades dictadas por la demanda existente. El kitsch se produce para el mercado y, ya sea caro o barato, está completamente sometido a las leyes del mercado. Atractivo para las multitudes, y a menudo producido para el consumo masivo, el kitsch sirve para proporcionar una satisfacción inmediata a las necesidades o pretensiones estéticas o seudo-estéticas de un amplio público que anhela el estilo de vida de la clase media. Básicamente, el mundo del kitsch es el mundo de la *simulación estética*. La definición corriente del kitsch como sinónimo de mal gusto resulta demasiado imprecisa. De ahí que proponga esta definición comple-

mentaria del kitsch como engaño y auto-engaño. Esto plantea una serie de cuestiones morales (ante todo, de moralidad estética) a las que apunta la idea de Hermann Broch del kitsch como "elemento del mal en el sistema de valores del arte." Pero, como he señalado, no conviene exagerar los peligros del kitsch. Proponiendo "copias" de casi todas las formas conocidas de arte, el kitsch indica (a veces con más premura de lo que quisiéramos creer) el camino hacia los originales. La "pedagogía" del kitsch es, sobra decirlo, negativa e involuntaria. Pero, así, inesperadamente, esta dimensión del kitsch retoma el viejo motivo cómico del engañador engañado.

Párrafos finales del ensayo "The Benevolent Monster: Reflections on KITSCH as an Aesthetic Concept", revista *Clio*, núm. 6, 1976

casimiro

*Aberración estética, entretenimiento visual, recurso irónico, simulación artística, escuela del gusto, exceso de ostentación, presencia constante, ¿qué es el kitsch?*

9 788493 864125