

Andrea Mecacci

Università degli Studi di Firenze

Kitsch y neokitsch

Resumen

El *kitsch* no es solo una categoría que ha definido una de las posibles gramáticas estéticas de la modernidad, sino también una dimensión antropológica que ha tenido diferentes configuraciones en el curso de los procesos históricos. El ensayo ofrece una mirada histórico-crítica sobre las transformaciones que condujeron desde el kitsch de principios del siglo XX hasta el *neokitsch* contemporáneo: desde la génesis del kitsch hasta su afirmación como una de las manifestaciones más tangibles de la cultura de masas. Integrándose con la estética posmoderna, el kitsch se transforma en neokitsch, una estética que utiliza el kitsch como su propia sintaxis en el complejo escenario de la estética contemporánea.

Palabras clave

Gusto – romanticismo – cultura de masas – postmodernismo – estetización

Kitsch and Neokitsch

Abstract

Kitsch is not just a category that has defined one of the possible aesthetic grammars of modernity, but also an anthropological dimension that has had different configurations in the course of historical processes. The essay offers a historical-critical look at the transformations that led from the early twentieth century kitsch to the contemporary neokitsch: from the genesis of kitsch to its affirmation as one of the most tangible manifestations of mass culture. Integrating with postmodern aesthetics, kitsch turns into neokitsch, an aesthetic that deliberately uses kitsch as its own syntax in the complex scenario of contemporary aesthetics.

Keywords

Taste – romanticism – mass culture – postmodernism – aestheticization

Traducido del italiano por Facundo Bey (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas-Universidad de Buenos Aires)

Recibido: 19/03/18. Aprobado: 09/04/18.

De oscuro sustantivo del léxico estetológico alemán de comienzos del siglo veinte a sinónimo abusado y aproximativo de mal gusto y pseudoarte, el término *kitsch*¹ ha atravesado los últimos cien años registrando en sí, desde el punto de vista estético, las contradicciones más agudas y el paso definitivo de una cultura elitista a una de masas. Muchos fenómenos han concurrido a su difícil definición. En primer lugar, el kitsch es una categoría no sólo atribuible a los objetos, o sea a aquel inmenso universo que va del *souvenir* turístico al *bestseller* del momento, sino que también es asociable a los sujetos. Sosteniendo esta doble naturaleza del kitsch, es posible ensayar entonces, como aproximación preliminar de definición, una ecuación quizás simplista, pero indudablemente útil para nuestro discurso: el kitsch es a la estética lo que la estupidez a la vida. Y ya que cada uno de nosotros en la existencia propia realiza elecciones o acciones estúpidas es, en ese sentido, fácilmente comprensible que ninguno de nosotros sea ajeno a la fuerza extensiva y penetrante del kitsch. Se debe a Milan Kundera la insistencia de este subrayado antropológico (y ético), de la naturaleza profunda del kitsch. En *La insoportable levedad del ser* y en el *El arte de la novela* Kundera ha entrevisto, en el gran tema de la obra de Flaubert, la *betisé*, la tontería complacida de la burguesía del siglo XIX, la raíz social de una torpeza

¹ Este artículo propone una cartografía histórico-crítica de la estética del kitsch y del neokitsch, que se integra en una investigación iniciada hace muchos años: Mecacci 2014, 2015, 2016a, 2016b, 2016c.

existencial que sólo en el siglo siguiente y marcadamente en la reflexión de Hermann Broch encontrará en la palabra kitsch su fórmula estética definitiva.

Toda la literatura crítica sobre el kitsch no ha puesto jamás en discusión la ligazón entre este fenómeno y la burguesía, al punto tal de hacer del kitsch la misma ideología estética, primero de la burguesía ascendente del siglo XIX y luego de la pequeña burguesía de masas del siglo siguiente. En consonancia con Abraham Moles, es posible afirmar pues que el kitsch se ha coagulado, a caballo entre los siglos XIX y XX, alrededor de tres grandes macrofactores de la cultura: la afirmación del fetichismo como traducción tangible de la centralidad de los objetos en la civilización industrial, el predominio del esteticismo como un gusto que tiene en el propio centro el culto de lo bello como un fin en sí mismo y la legitimación del consumismo como práctica cotidiana del sujeto burgués (Moles 1971).

Estas premisas conducen a un primer interrogante: ¿antes del kitsch existía un fenómeno que de algún modo manifestara sus mismas características? En otras palabras: ¿más allá de la palabra “kitsch”, ha existido siempre el kitsch o sólo es un producto de la modernidad? La tentación de afirmar que el kitsch es un fenómeno que siempre ha acompañado las prácticas y los gustos estéticos del hombre está perpetuamente al acecho. Pero es difícil, por ejemplo, imaginar el kitsch en la cultura griega clásica, una cultura estética en que, tal cual se encuentra en Aristóteles, la estimulación de los efectos y el carácter artístico de la producción estética son valores constitutivos y no descalificantes y registrables, como sucederá en la estética moderna, en cuanto mejor sentimentalismo y simple falsificación. La construcción de una categoría estética como el kitsch es una construcción histórica

moderna en la que las acusaciones que se le dirigen son el producto de una cultura específica que ha visto sus coordinadas fundacionales, por un lado, a partir del siglo XVIII, en la escisión perentoria entre un buen gusto y un mal gusto y, por otro lado, en la centralidad de la autonomía del placer estético. El kitsch es, por tanto, un fruto de la estética moderna en el cual es posible identificar algunas de las dimensiones que lo han engendrado. Una operación que no es simple, pero sí necesaria. En esta red embrionaria que aproximadamente cubre casi una centuria (de la mitad del siglo XVIII hasta la fatal introducción de la palabra “kitsch” en los mercados de arte de Múnich hacia 1860) se entrelazan la ya señalada estigmatización de un mal gusto transgresor de los códigos del buen gusto, la concomitante difusión del dilettantismo como práctica operativa del gusto, la deriva del sentimiento romántico en sentimentalismo, la clasificación de lo banal como elemento de lo feo, la falsificación como emblema del pseudoarte y el tornar estereotipados gustos y comportamientos estéticos por su fácil dispensabilidad social.

1. GÉNESIS DE UNA CATEGORÍA ESTÉTICA

El siglo XIX se podría definir como un largo período de incubación del kitsch que sólo en sus últimos años, más allá de asumir un nombre propio, manifestó claramente sus peculiaridades. Sobre los orígenes de este fenómeno pesa, y probablemente pesará siempre, la influyente lectura de Hermann Broch que vio antes que nadie una relación de parentesco directa entre Romanticismo y kitsch (Broch 1950). El gusto, el gran fuego prospectivo de la estética dieciochesca, fue reemplazado por otra dimensión en el movimiento romántico, el sentimiento, que se torna, al mismo tiempo, forma y contenido del nuevo siglo. El Romanticismo construyó un complejo sistema de especularidad entre

interioridad y exterioridad en el cual el sentimiento podía ser tanto una expresión de la subjetividad como un reflejo del mundo sobre esta misma subjetividad, que tenía en el sentimiento de la naturaleza, en particular en el paisaje nocturno, su paradigma absoluto. Estas dinámicas eran traducciones de un sentido de extravío e inquietud de frente a lo inédito y a lo inesperado que la realidad le ofrece al hombre. Piénsese, como único ejemplo entre muchos posibles, del cual quizás se ha abusado un poco, en las pinturas de Caspar David Friedrich.

Las tensiones del espíritu romántico en el kitsch resultan, por así decirlo, congeladas y estereotipadas. Lo estético se resuelve en una única dimensión, la perpetua búsqueda de lo emotivo. Nace de este modo uno de los principios de la representación y del alma kitsch: el sentimentalismo. Modelo absoluto de esta auto-complacencia del sentimiento es una de las figuras decisivas del arte decimonónico, Emma Bovary. En la heroína de Flaubert se concreta, por un lado, la *bêtise* del sentimentalismo en una serie infinita de fantasías, de imágenes ya consumadas, de pequeños sentimientos que se embozan de nostalgias y anhelos y, por otro lado, se verifica una dialéctica decisiva: la soñadora burguesa se trastoca en la protagonista de la novela, mientras que la heroína de la novela se ha vuelto, a su vez, la soñadora burguesa que lo lee.

Todo aquello que no está contenido en el universo de la emoción es descartado por el kitsch. Da perfectamente testimonio de ello el análisis bosquejado por Goethe y Schiller en un fragmento de 1799 dedicado al tema del diletantismo (Goethe y Schiller 1799). Tanto los destinatarios del kitsch (las futuras Emma Bovary) como sus productores (los diletantes) cumplen, según Goethe y Schiller, una operación tan evidente como obtusa: intercambian,

en la experiencia estética, el punto de partida con el punto de llegada y viceversa. El sentimiento, una vez objetivado en la obra de arte, ya no es una apertura de sentido, ya no expone una nueva visión del mundo, sino que es solamente la traducción de aquello que será identificado como uno de los mecanismos básicos del kitsch: el efecto. El sentimiento del artista no encuentra al del destinatario después de la compleja estructuración recíproca de forma y contenido, la configuración de la obra, sino que al destinatario le es dado aquello que ya su sentimiento solicita. Así, el pintor diletante cree que una obra verdaderamente conmovedora sea pintar un niño y un cachorro de perro, una obra en la que sea reconocible una idea de lo patético (el niño, el cachorro) adquirida previamente por los destinatarios. Diferente es el caso, para permanecer en el ejemplo del cachorro, de la pintura de Goya *El perro*, en la cual un can, al cual sólo se le ve el hocico, es envuelto en un espacio indefinido. Todo el peso de la lectura interpretativa cae sobre el destinatario que reelabora en sí un nuevo sentimiento de él mismo y del mundo (Saura 2013).

El Romanticismo, sin embargo, había documentado también la crisis de la belleza como criterio orientativo del arte y de la experiencia estética en general. Tal como había notado Friedrich Schlegel, en lo moderno, al contrario de lo que sucedía en la antigüedad, no era lo bello la categoría que definía el espíritu del tiempo sino lo interesante, lo fragmentario, lo informe, lo característico y lo feo. Este pasaje epocal (de lo bello a dimensiones que lo negaban) fue vivido desde el gusto compartido, pero a través de una nueva necesidad de belleza. Lentamente el kitsch ocupó el lugar vacante de lo bello, dándole una versión tranquilizadora, apacible. La estética Biedermeier fue una primera prueba de ello. El kitsch, por tanto, no es una categoría específica de lo feo y del mal gusto, como a menudo hoy se tiende a pensar, sino que desa-

rolla un rol compensatorio en una cultura que, a pesar de no encontrar más lo bello, continúa buscándolo. El kitsch acompaña esta búsqueda colocándose como sucedáneo (*Ersatz*) no neutral, sino activo en una nueva reconfiguración del gusto que ya no es más malo y ahora puede caracterizarse con el adjetivo banal. No es casual que Karl Rosenkranz en su *Estética de lo feo* defina lo banal como una declinación específica de lo feo: lo banal es la reiteración cotidiana de códigos estéticos ya conocidos, lo estético que se desliza en el ejercicio del aburrimiento.

Es interesante notar como la cultura decimonónica rusa provee dos términos para caracterizar del mejor modo el surgimiento de esta nueva categoría estética: *poddelka* (falsificación) y *pošlost* (vulgaridad). En su cáustico ensayo de 1897, *¿Qué es el arte?* ([1897] 2010), Tolstói muestra en la falsificación la estrategia mimética decisiva de la modernidad. Forzando su análisis, el escritor identifica todo el arte moderno con la falsificación y señala con el dedo a Wagner como el ejemplo máximo de esta deriva. Según Tolstói en las obras de Wagner siempre se activan los cuatro principios de la *poddelka*: el préstamo, la imitación, lo sensacional y lo atractivo. Las obras falsificadas, diríamos hoy kitsch, se apoyan por lo tanto sobre una estética del artificio (el préstamo y la imitación) y del efecto (lo sensacional y lo atractivo). En la *poddelka* tolstoiana permanece en la sombra la fatal proximidad entre kitsch y mercantilización: el arte falsificado es, en efecto, un gigantesco mecanismo de prostitución de lo estético y de fácil consumo acrítico por parte de una masa cada vez más retrasada con respecto a sus propias necesidades espirituales.

Si la *poddelka* es una indagación centrada en los objetos, el *pošlost* es una disposición del sujeto. Se debe a Vladimir Nabokov la connotación estética de este término de traducción imposible:

«“*Pošlost*” es la versión rusa de la banalidad, un típico aroma nacional hecho de metafísica y alta moralidad y una mezcla de elementos sexuales y espirituales. Esta única palabra incluye trivialidad, vulgaridad, promiscuidad sexual y falta de espiritualidad» (Boym 1994: 41). Nabokov reconoce en la *pošlost* el rasgo distintivo del universo antropológico ilustrado por Gogol en *Almas muertas* y *El inspector general*. En los personajes de estas obras la *pošlost* se revela la manifestación de un conjunto de poses, de actitudes de personas que buscan, a través de precisas prácticas socio-estéticas, la propia legitimación social: hablar francés, tocar el piano, citar poesías, un enorme muestrario de «pensamientos aprendidos de memoria». La *pošlost* anuncia el kitsch precisamente en su carácter de pretenciosidad y ficción. Como ha escrito Nabokov, intentando dar una definición más convincente de esta categoría del alma rusa: la *pošlost* es «no solo aquello que es ordinario de modo obvio, sino también aquello falsamente importante, lo falsamente bello, lo falsamente inteligente, lo falsamente atractivo» (Nabokov [1944] 2015: 72).

2. BANALIDAD DEL GUSTO Y BANALIDAD DEL MAL

Cuando el término «kitsch» comenzó a difundirse en los mercadillos de arte de Múnich se refería a obras mediocres a bajo precio, reproducciones de pinturas. Era por tanto una locución aparentemente circunscrita al universo del arte de escasa calidad. Hasta los mismos artistas lo utilizaban como sinónimo de incapacidad artística. Pero lentamente esta palabra se emancipó siniestramente de su origen y acabó por significar algo distinto. Y como no dejó de notar Musil ([1937] 2014) el kitsch, nacido en el estrecho mundo del arte en rebaja, era en realidad una dimensión paralela a la estupidez. Fue justamente este pasaje el que fuera analizado por casi treinta años, durante las primeras tres décadas del siglo

XX, por parte de muchos exponentes de la *intelligentsia* centroeuropea. Por comodidad expositiva se pueden identificar dos configuraciones que permiten una mirada de conjunto sobre este complejo debate: la primera ofrecida por Norbert Elías y la segunda por Hermann Broch.

En su ensayo de 1935, *El estilo kitsch y la era del kitsch*, Elías interpreta el kitsch como el mínimo común denominador de la estética burguesa. En la aparente imposibilidad de la edad burguesa para combinar un estilo aglutinante, considerada la continua atomización de los gustos, Elías identifica en el kitsch el único estilo capaz de expresar el propio tiempo. El kitsch, en efecto, es la única dimensión que logra comunicar una estética especializada (la de los artistas) con una de masas. Una intuición que adelanta unos veinte años el rol medio del kitsch en la cultura de masas como empalme problemático entre alta cultura y baja cultura. Sin embargo, es otro aspecto el que será relevante en el análisis de Elías: el kitsch es la respuesta estética equivocada a instancias espirituales justas (Elías 1935). En los progresivos procesos de alienación a los que es sometida la masa en el universo reificado del capitalismo industrial, el sujeto moderno busca una satisfacción emotiva, necesita un acto catártico. Vuelve la idea ya aparecida en Schlegel de una dimensión de liberación estética a la que el sujeto no puede renunciar. El kitsch, en la estructura económica de la sociedad capitalista, que como Marx recuerda en las *Teorías sobre la plusvalía* es por su naturaleza contraria a ciertas ramas de producción intelectual como el arte y la poesía, reviste este rol compensatorio, de sucedáneo estético. Un ejemplo que parece certificar esta tesis había sido expuesto por el psicoanalista Hanns Sachs tres años antes en su contribución *Kitsch*. Para Sachs el kitsch, fenómeno exclusivamente moderno y particularmente disponible desde un punto de vista esté-

tico en el cine, «es la explotación (*Verwertung*) de fantasías por parte de aquellos que no han tenido nunca una» (Sachs 1932: 456). Claro proceso de sublimación, el kitsch no es tanto un fenómeno objetivo como una manifestación de lo vivido por parte los sujetos. Una lectura como la de Sachs podría acercarse, con las debidas diferencias, a aquella compleja interpretación del surrealismo que Benjamin elaboró con la noción de «*Traumkitsch*», Benjamin 1927).

La posición de Hermann Broch es mucho más radical. El escritor austríaco puede ser considerado, sin correr demasiados riesgos de desmentida, el más grande enemigo del kitsch. La tesis de Broch, expresada en otras ocasiones y en más puntos de su obra, es clara: el kitsch es el mal en el arte (Broch 1933). Así como existe un mal de matriz ética, del mismo modo existe un mal estético. El kitsch, engendrado en el seno del culto del sentimiento romántico, encarna el disvalor de un arte que pierde sus propios propósitos éticos. El fin del arte para Broch no es la belleza sino el bien. El artista kitsch no hace otra cosa que perseguir la belleza como meta de la misma búsqueda estética sin comprender que lo bello sólo es un medio en vista de otra cosa. Además el arte kitsch se ha podido consolidar progresivamente porque ha encontrado en su precisa antropología a su propio terreno fértil. Broch se encuentra entre los primeros en comprender la naturaleza socio-antropológica del kitsch introduciendo la nefasta noción de *Kitsch-Mensch*. El hombre kitsch de Broch, en nada distinto del pequeño burgués ilustrado por Ernst Bloch en los mismos años, es el primer retrato de una subjetividad que sin saberlo mistifica los valores estéticos y, en esta mistificación, reconoce la propia ideología. Pero, más allá de la producción ensayística de Broch, es en su novela más famosa, *La muerte de Virgilio*, que el ataque al kitsch es al mismo tiempo transfigurado y mudado en algo aún

más desesperado. En la descripción de la agonía del poeta, Broch inserta el sentido de fracaso de un arte que, buscando la perfección estética, el culto de lo bello, comprende haberse traicionado a sí mismo: es la obsesión del aplauso incondicional, de la lisonja complacida, del reconocimiento y de la fama. La decisión de Virgilio de quemar la *Eneida* «porque es solamente bella» choca contra la voluntad de Octaviano Augusto de preservarla justamente porque es bella: el culto de la belleza del poema equivale a la glorificación misma del poder imperial. La búsqueda de consenso del artista se proyecta, paralela y complementaria, a la búsqueda de consenso del emperador: el consentimiento estético también es un consenso político y viceversa. El artista y el político se encuentran ambos atravesado por un mal: gustar a todos. Y solo en esta aprobación encuentran su razón de ser. No es difícil entrever en el gran fresco de Broch una metáfora de la Alemania nazi, en la que, como había ya notado Benjamin, el hombre kitsch, cada vez más hombre masa, se pierde a sí mismo en un proceso de autoalienación estética, la estetización de la política.

La manifestación de este mal estético en su alianza con la ideología política se tradujo efectivamente el 18 de julio de 1937 en Múnich (no por casualidad en la ciudad de origen de la palabra “kitsch”). El régimen nazi inauguró la Casa del Arte, un proyecto en estilo neoclásico de Paul Ludwig Troost, con la exhibición *Große Deutsche Kunstausstellung*. La masa acudió a reflejarse en la iconografía del régimen: estatuas de mármol que exaltaban la plasticidad de los cuerpos arios, pinturas que recuperaban los valores del pueblo germánico, una celebración infinita de la *Volksgemeinschaft* hitleriana. En un espacio contiguo fue preparada estratégicamente otra muestra, sobre el arte degenerado, *Entartete Kunst*. Las obras de la vanguardia fueron ridiculizadas con leyendas ofensivas. Una picota en la que se hizo desfilar uno

junto al otro a Chagall, Klee, Kandisky, Kokoschka. Un comentario definitivo de este episodio central del siglo XX artístico lo da (y no sólo él) Ernst Bloch:

No se había visto aun una proximidad tal entre el Bien y el Mal, la podredumbre y el futuro, el museo del kitsch y la pinacoteca. Así como no ha habido hasta entonces ningún régimen parecido en la historia, tampoco se había tenido nunca perversión de valores similar. En el «templo», banalidad indecible. [...]. En el «pabellón», por el contrario, se encuentra ensartado en la horca todo cuanto ha dado al arte alemán nuevo esplendor y renombre, maestros de fama mundial. [...] El ataque lanzado en el campo del arte es ante todo un nuevo medio para capturar al pequeño burgués, halagando simultáneamente el mal gusto y la estupidez llena de rencor (Bloch [1962] 1992: 63-65).

3. AL CENTRO DE LA CULTURA DE MASAS

La contraposición de Múnich había mostrado en sumo grado una de las mayores tensiones que el siglo XX estaba registrando en su interior: la conflictividad entre una cultura que experimentó las posibilidades de la *mimesis* (la vanguardia) y otra cultura que se atrincheraba en los ya raídos códigos del gusto más retrógrado (el kitsch). Éste fue el bosquejo de fondo del famoso ensayo de Clement Greenberg *Vanguardia y kitsch* (Greenberg 1939), la primera contribución no alemana sobre el kitsch en tener una influencia perdurable. La cultura del siglo pasado ante los ojos del crítico estadounidense se encontraba escindida en dos dimensiones incommunicables entre sí que se reflejaban en prácticas artísticas igualmente incommunicables. La vanguardia representa un arte constantemente ocupado en un ejercicio metalingüístico, de reflexión sobre los propios procesos: un arte que tiene como

objeto al arte mismo. Si la vanguardia le provee al receptor «un efecto reflejo», una posibilidad de recomposición subjetiva de la obra, cuyos valores siempre están, por tanto, incluidos «en segunda instancia» (*at a second remove*), el kitsch activa el proceso inverso. La fruición es inmediata, totalmente centrada sobre el efecto, la plena capacidad de reconocer el elemento mimético. Cada vez, se podría añadir siguiendo el razonamiento de Greenberg, que el receptor no exclama, incluso silenciosamente, la fatídica frase “no lo entiendo”, dispara la alarma del kitsch.

El análisis de Greenberg asimila el kitsch a aquel vasto proceso de erosión crítica que la cultura de masas, en sus dos variantes propias del siglo XX (el capitalismo de las sociedades liberales y las ideologías de los totalitarismos), ya estaba configurando en toda su visibilidad. Un diagnóstico, el de Greenberg, no disímil del duro enfrentamiento, llevado adelante por casi cuarenta años, de Adorno contra el kitsch, o mejor, contra el sinónimo acuñado y utilizado por el filósofo alemán, la industria cultural. Enorme, penetrante sistema de mistificación, la industria cultural representa la forma en que el kitsch se devela dispositivo de legitimación ideológica al interior de los procesos de tecnologización de lo estético. Cine, radio, periódicos, televisión convergen en el proveerle al hombre masa no otra cosa que sucedáneos, *cliché*, lugares comunes. Ya en un fragmento inédito de 1932, titulado *Kitsch*, Adorno recogió la esencia social y no sólo estética del fenómeno:

El momento social le es [al kitsch] constitutivo de modo esencial. En efecto, el kitsch, suministrándoles a los hombres estructuras formales del pasado como si fueran actuales, posee una función social: engañarlos sobre su verdadera situación, mistificar su existencia, hacerles apare-

cer en un fulgor fantástico objetivos gratos a poderes determinados. Todo el kitsch es esencialmente ideología (Adorno 1932: 792).

Adorno mantendrá esta postura hasta la *Teoría estética*, obra en la que el kitsch es señalado de modo definitivo como «parodia» de la catarsis, falso proceso de liberación emotiva y real estrategia de represión social. En la lectura de Adorno, podríamos añadir, la industria cultural es la declinación del kitsch en el momento en que este último se manifiesta a través de las nuevas comunicaciones de masas. Y será justamente este nexo el que constituya el centro del debate estadounidense en los años cincuenta.

La contraposición de Greenberg en un cierto momento pareció ineficaz para bosquejar la sociedad contemporánea en sus múltiples articulaciones. Quien lo notó fue Dwight Macdonald, que por casi una década se empeñó en analizar las estratigrafías sociales de la cultura contemporánea alcanzando por fin en 1960 la identificación de una nueva categoría: el *midcult*. Ya no más dos mundos contrapuestos, sino tres, ambiguamente comunicados. El mismo sujeto contemporáneo no pertenece más a una esfera cultural explícitamente opuesta a otra, sino que oscila, descubre una identidad anfibia propia, que ya no es rígida y definida. A mitad de camino entre el *highbrow culture* (la cultura de *elite*) y el *masscult* (la baja cultura de masas) se sitúa, casi como si fuese un impalpable intersticio, una zona opaca, el *midcult*. Es la cultura mediocre, empapada de recuerdos dogmáticos y fórmulas agotadas, constituida por un gusto que, a un mismo tiempo, hostiliza a las complejidades de la alta cultura y a la inmediatez vulgar de la cultura de masas, una doble desconfianza que encuentra su lugar propio en la burguesía mediano-pequeña, la clase social ya dominante en el occidente liberal.

Tal forma intermedia –que llamaremos *Midcult*– posee las cualidades esenciales del *Masscult* –la fórmula, la reacción controlada, la ausencia de cualquier criterio de medida excepto la popularidad–, pero las esconde púdicamente con una hoja de parra cultural. En el *Masscult* el truco es descubierto –gustar a las muchedumbres con ayuda de cualquier medio. Pero el *Midcult* contiene una doble trampa: finge respetar los modelos de la Alta Cultura, mientras efectivamente los diluye y vulgariza (Macdonald [1960] 2002: 69-70).

El cortante juicio de Macdonald no perdona tampoco, sólo para dar un ejemplo, a *El viejo y el mar* de Hemingway, considerado el prototipo absoluto de esta categoría. El *midcult*, como se deduce fácilmente de las argumentaciones de Macdonald, coincide con el kitsch. Son la misma cosa, como no dejará de subrayar Umberto Eco en 1964 en *Apocalípticos e integrados*. Atento lector de Greenberg y Macdonald, Eco señala en el kitsch una poética que enlaza entre sí mal gusto, procedimientos artísticos banalizados y banalizantes, y sentimiento previamente empaquetado: el kitsch en efecto «es la definición del mal gusto en arte como *prefabricación e imposición del efecto*» (Eco [1964] 2005: 66). Para enmarcar mejor la estrategia mimética del kitsch, Eco analiza los cuadros de Giovanni Boldini. El «boldinismo» (la fórmula introducida por Eco) se podría definir como la típica modalidad del kitsch de citar fuera de contexto una referencia estética y artística. Así los retratos de Boldini exhibían una suerte de estrabismo: los rostros pintados, en particular aquellos femeninos, eran morbosamente seductores, mientras que los vestidos eran pintados con estilo impresionista. Si el rostro estimulaba el efecto (el deseo), el vestido ambicionaba el estatuto artístico (en este caso el impresionismo): mientras el cliente estaba contento porque se encontraba satisfecho en su idea de belleza, el artista se sentía

partícipe del mundo del arte citando las direcciones artísticas a la moda.

Pero el análisis de Eco no era aislado. Los años sesenta representan el momento en que el kitsch no sólo es interrogado sobre el plano ideológico, sino sobre todo en su identidad estética y antropológica. Las decisivas contribuciones de Ludwig Giesz, Gillo Dorfles y Abraham Moles dan comienzo a una nueva fase. El kitsch es ya una gramática reconocible que parece anacrónico interpretar como negación del gusto (el mal gusto) o del arte (el pseudoarte). Los esfuerzos estarán ahora dirigidos a una comprensión más destacada de este fenómeno extendido y penetrante que lentamente está cambiando de aspecto, delineándose como vector decisivo de la estética posmoderna.

4. EL NEOKITSCH

Un punto prospectivo privilegiado para tener una mirada sinóptica sobre el análisis del kitsch de los años sesenta en adelante puede ser la antología curada por Gillo Dorfles en 1968: *El kitsch. Antología del mal gusto*. Este afortunado y célebre texto lograba conjugar dos grandes tendencias que encontrarán en otros dos importantes estudios su ápice: la antropología fenomenológica tematizada por Ludwig Giesz en *Fenomenología del kitsch* (1960) y la taxonomía del objeto kitsch desarrollada por Abraham Moles en *El kitsch. El arte de la felicidad* (1971).

En estas contribuciones el kitsch era atribuido tanto al sujeto como al objeto y los innumerables pliegues de los análisis que presentaba la antología de Dorfles daban testimonio de esta doble pertenencia. Además de textos canónicos (Broch, Greenberg) también encontraba allí su lugar el análisis de John McHale sobre

la fetichización del arte en la réplica kitsch, el de Karl Pawek sobre el kitsch religioso, el de Lotte Eisner sobre la relación entre kitsch y cine, las investigaciones de Ugo Volli sobre el porno-kitsch, las de Gregotti sobre el kitsch arquitectónico y, finalmente, la identificación de Aleksa Čelebonović del kitsch tradicional, el universo infinito de las bagatelas. Para completar esta reseña se suma una pieza de Giesz sobre el kitsch turístico que exponía del mejor modo la aproximación fenomenológica del autor alemán. Esta gama de declinaciones confirmó el carácter penetrante del kitsch y su capacidad de acompañar de hecho cada experiencia cotidiana del sujeto contemporáneo. Y es justamente a la luz de esta presencia casi implícita en lo cotidiano que Giesz, rechazando una configuración demasiado clasificatoria del fenómeno, se atrevió a afirmar que el kitsch exhibía en sus múltiples manifestaciones «una unidad estructural de la experiencia humana en general» (Giesz [1960] 1994: 88-89).

Casi al contrario de Giesz, en una suerte de complementariedad ideal, el estudio de Abraham Moles por muchos años ha gozado de mayor incidencia en Italia en la interpretación del kitsch, gracias a la traducción que tuvo en el 1979, a diferencia del texto del primero que ha tenido menos circulación en ausencia de una traducción. Moles ha dado casi una imagen clásica del kitsch focalizándose exclusivamente en la identificación del objeto. *El kitsch. El arte de la felicidad* es un inmenso documento de identidad del objeto kitsch, un eficaz esfuerzo de síntesis que busca formular sus características, sus principios guía. En este sentido, Moles se relaciona con la crítica al kitsch llevada a cabo por el funcionalismo y el modernismo en los primeros treinta años del siglo XX. Tanto es así que el texto que más se acerca al de Moles es el voluminoso libro de Gustav Pazaurek de 1912, *Buen y mal gusto en las artesanías*. Pazaurek, miembro del *Deutscher Werkbund*, se

propuso componer una verdadera gramática de la antifuncionalidad técnica y de los disvalores estéticos que podían corromper la pureza del objeto de *design*. El kitsch formaba parte a título pleno de esta mastodóntica y enciclopédica reseña del mal diseño proyectual. Es necesario subrayar también cómo Moles en parte traslada al objeto la misma metodología que Walther Killy usó en su *Deutscher Kitsch* de 1962 para los textos literarios. Se trata de rigurosas taxonomías que han dado vida a principios aun hoy muy en boga: la inadecuación, la acumulación, la sinestesia, la mediocridad, la comodidad.

Paralelamente al nuevo estatuto epistemológico que estos análisis estaban dando al kitsch, el fenómeno, sin embargo, estaba perdiendo lentamente sus propios límites: justo en el momento en que fue tomado en su especificidad por los intérpretes más agudos el kitsch se tornó una ubicua «categoría cultural», tal como intuyó Baudrillard en 1970. De síntoma disfuncional de la cultura de masas el kitsch se transformó en elemento constitutivo y estratégico de una cultura posindustrial, posmoderna, en la que las jerarquías verticales de original y copia que regularon los valores de lo moderno perdieron sentido. Al interior del universo citacionista y transformista de lo posmoderno el kitsch se encontró como modelo y no más como degeneración: el neokitsch exhibió el mayor grado de cambio del kitsch, ahora ya centro operativo sea del gusto de masas sea del gusto más experimental de algunos sectores del arte contemporáneo, del *design* y de las más variadas prácticas que materializan la estética actual.

Con el término neokitsch es posible definir un gusto o una dirección artística que hace deliberadamente propios los contenidos de la estética kitsch, cuyos valores ya no son discutidos o debatidos, sino utilizados y explotados por cualquiera operación estética, artística o comercial. A menudo es inclasificable dentro de las

más típicas manifestaciones de la estética posmoderna y, en sentido amplio, de los actuales procesos de estetización.

La noción de “neokitsch” ha sido introducida por Moles (1971: 168-169), para indicar una nueva fase de la estética del kitsch: por un lado, la superación del funcionalismo como estética exclusiva del objeto moderno; por el otro lado, el reconocimiento de una nueva visión del arte que incorpora en sí de modo definitivo los atributos de lo banal y del mal gusto. El neokitsch se delinea pues, en la lectura de Moles, como la estética de la época del consumo de masas. Emergiendo como una de las expresiones más reconocibles de la estética posmoderna, el neokitsch invierte de este modo el tradicional mecanismo jerárquico que veía en el kitsch el sucedáneo y en el arte el modelo y, como ha notado muchas veces Baudrillard, se abre una fase en la que se opone victoriosamente a la estética de lo bello y de la originalidad la fuerza penetrante de la simulación kitsch que, una vez implantada en la realidad social de la sociedad de consumo, no hace otra cosa que registrar la parodia del gusto (el kitsch) y de la técnica (el *gadget*) como representaciones propias. Es en este escenario que el neokitsch da testimonio definitivamente de la afirmación del kitsch como categoría no sólo estética, sino cultural. Perfectamente orgánico a la poética citacionista de lo posmoderno, el neokitsch encuentra terreno fértil en la idea del presente como distorsión amplificada del pasado. El valor de la unicidad se dispersa en la retórica de la réplica permanente y el sucedáneo se cambia por el original de sí mismo: el simulacro se vuelve una copia desprovista de su modelo. Una idea que ya se había arraigado en la estética pop, capaz de transformar cada objeto (y cada experiencia) en «*expendable icon*», según la fórmula de John McHale, forma y contenido del nuevo *continuum* de transmisiones de los valores estéticos, el network mediático: «El libro, la

película basada en el libro, el libro basado en la película, el *musical* basado en la película, el libro basado en el *musical*, la versión televisiva o las historietas del *musical*, o como sea que este ciclo se dé, es en cada estadio una transformación que altera sutilmente el original» (McHale [1968] 1990: 111).

En esta red de referencias el neokitsch se manifiesta ejemplarmente ya no en la singularidad del objeto, sino en aquel objeto plural que es la ciudad. El neokitsch se cambia en estilo posmoderno dándole a realidades urbanas como Los Ángeles y Las Vegas la tarea de testimoniar este nuevo registro, las dos ciudades que han exhibido este cambio señalado por Eco y Baudrillard con el término de «hiperrealidad». La falsificación ya no es el estatuto de la copia sino aquel del original. Los procedimientos del kitsch internos a la cultura de masas ahora son reinterpretados a la luz de un nuevo paradigma, «el falso absoluto», con el cual el simulacro se sitúa como la única matriz cultural reconocible y capaz de ser compartida. Es esta “Aesthetics of Fake” (Mecacci, 2016c) la nueva perspectiva que manifiesta plenamente como en el neokitsch se define el desplazamiento de la ideología de la función (modernismo) a la dimensión de la ficción (posmoderno y/o neokitsch). La capacidad de penetración contemporánea del neokitsch probablemente fuerce no tanto a hablar del kitsch en singular, sino de un kitsch en plural que configura la estética actual, aquella de la estetización o del «capitalismo artístico» (Lipovetsky y Serroy 2013: 312-324).

Es innegable que el neokitsch es sobre todo observable como estética operativa. La noción de *double-coding*, introducida por Charles Jencks, puede ejemplificar la poética de hibridación del neokitsch como el intento de superar las aporías del modernismo, para el cual el kitsch es el máximo adversario: la capacidad

de hacer convivir en un texto, en un edificio, en una obra de arte dos niveles de comunicación —aquel dirigido a las masas y aquel otro dirigido a los especialistas— llevando adelante una continua cita del pasado y una evidente mezcla estilística. Eso es evidente en el texto de 1972 que conjuga hiperrealidad, neokitsch y posmodernidad: *Learning from Las Vegas* de Robert Venturi y Denise Scott Brown, escrito con la colaboración de Steven Izenour. Las Vegas es la ciudad en que el principio de la acumulación se vuelve horizonte urbano, casi una cifra ontológica; es un ininterrumpido decálogo de contradicción estilística en el que el sucedáneo se emancipa y se convierte definitivamente en arquetipo. Las Vegas da del kitsch una versión ulterior: el kitsch se reconoce como práctica al mismo tiempo «antológica» y «metalingüística». La idea del kitsch como poética inclusiva para el *design*, abierta y, en última instancia, creativa, es lo que al final de los años setenta Alessandro Mendini ha propuesto bajo la fórmula de «proyecto amoral». El gusto pequeño burgués, o sea el kitsch, ya no debía ser juzgado, atacado y condenado, sino que, por el contrario, debía ser interpretado como posibilidad operativa, como «método de trabajo». La difusión masificada de lo banal representa para el diseñador la propia «toma de conciencia proyectual del kitsch», la elaboración de «un kitsch culturalmente conocido para sí mismo». Símbolo del neokitsch (o «kitsch consciente») es *el sillón de Proust*, en el que la poética del *double-coding* está presente al máximo de su reconocibilidad:

Intentaba llegar a la forma de un objeto, partiendo por un camino “literario”. Habiendo leído e indagado el mundo “visual y objetual” de Proust, he creído realizar un posible sillón de ese mundo. Del mismo modo en que otras veces había imaginado un “sillón de Giotto” o un “sillón de Cézanne”. En cuanto a Proust, me he referido, por un lado, a sus descripciones de lugar y al sentido que él da al pasado

y, por otro lado, al ambiente pictórico que él frecuentaba, el impresionismo. Así es que he encontrado un eficaz *ready-made* en un sillón de forma dieciochesca, y he elegido el detalle de un prado de Signac como textura que invade todo el sillón, tanto en las partes tejidas como sobre aquellas de madera, deshaciendo sus formas en una especie de nebulosa. Además de la idea de obtener un objeto “heterodoxo” de *design* partiendo de un *input* que no es propio del normal procedimiento proyectual, quería también alcanzar este tipo de paradoja: es decir, hacer un objeto estéticamente interesante partiendo de uno falso, porque precisamente el “*redesign*” en cuestión se realiza sobre un sillón kitsch, producido en serie “falso-antigua” (Mendini: 1988, 60).

El neokitsch se volvió un estilo reconocible también en algunos artistas estadounidenses de los años ochenta, en un fuerte clima de *pop revival*. El kitsch sobre todo fue explotado programáticamente en la escultura. Lo inauténtico, lo vulgar, la copia, lo infantil, definieron la poética de esta tendencia. Entre 1982 y 1984 Allan McCollum ideó una serie de imitaciones en yeso de cuadros: *Plaster Surrogates*. Todavía más fiel al kitsch es la obra de 1988: *Perfect Vehicles*, reproducciones de floreros caracterizados por la serialidad y la desmesura. En *Ultra Red #2* (1986) de Haim Steinbach el principio de acumulación es fetichizado a través de la utopía del orden: sobre una repisa se encuentran dispuestos muchos objetos del mismo tipo. Máximo exponente del arte neokitsch es Jeff Koons: el objeto banal (Koons prefiere el adjetivo “banal” al de “kitsch”) no es otra cosa que un pretexto para explorar los gustos de la clase media, aquellas convenciones estéticas que el mundo del arte considera de hecho como no artísticas y vulgares. En 1988 en la serie *Banality* el objeto kitsch es artistizado, mientras que aquel otro de lujo es transformado en prosai-

co: «*My work has no aesthetic values, other than the aesthetics of communication. I believe that taste is really unimportant*» (Koons 1992: 31). Ejemplificación ulterior de la noción de «capitalismo artístico» es la obra del fotógrafo británico Martin Parr en la que el imaginario contemporáneo, a través de experiencias estéticas cotidianas como el turismo, la comida o la moda, ilustra el marco consumista en que el neokitsch actúa como referencia estética absoluta. En el neokitsch el centro no es más el objeto (o la obra) en sí o su mistificación, sino la exploración del gusto medio, de la construcción de su imaginario y de sus proyecciones en objetos considerados extra-artísticos o en comportamientos que trasgreden el gusto codificado. Mostrando una vez más la imposibilidad de cristalizar una categoría estética más allá de los propios contextos históricos, la parábola del kitsch indica sobre todo los cambios de un gusto colectivo que se enfrenta cotidianamente con una realidad cada vez más estetizada y, justamente por ello, cada vez más difícil de circunscribir en análisis restringidos o académicos.

REFERENCIAS

- ADORNO, Theodor W. (1932), *Kitsch*, en Adorno (1984: 791-794).
 — (1984), *Gesammelte Schriften*, vol. XVIII (Frankfurt am Main: Suhrkamp).
 BAUDRILLARD, Jean (1986), *Amerique* (Paris: Grasset et Fasquelle).
 BENJAMIN, Walter (1927), *Traumkitsch*, en Benjamin (1977: 620-622).
 — (1977), *Gesammelte Schriften*, Band II (Frankfurt am Main: Suhrkamp).
 BLOCH, Ernst [1962] (1992), *Eredità del nostro tempo*, trad. de Laura Boella (Milano: il Saggiatore).
 BOSONI, Giampiero y CONFALONIERI, Fabrizio (1988), *Paesaggio del design italiano: 1972-1988* (Milano: Edizioni di Comunità).
 BOYM, Svetlana (1994), *Common Places. Mythologies of Everyday Life in Russia* (Cambridge Mass.: Harvard University Press).
 BROCH, Hermann (1933), *Das Böse im Wertsystem der Kunst*, en Broch (1955, I: 311-350).
 — (1950) *Einige Bemerkungen zum Problem des Kitsches*, en Broch (1955: 295-309).
 — (1955), *Dichten und Erkennen. Essays*, Band I (Zürich: Rhein-Verlag).
 DORFLES, Gillo [1968] (1990), *Il Kitsch. Antologia del cattivo gusto*, (Milano: Mazzotta).
 ECO, Umberto [1964] (2005), *Apocalittici e integrati* (Milano: Bompiani).
 — (1977), *Nel cuore dell'impero. Viaggio nell'iperrealtà*, en Eco (2004: 13-70).
 — (2004), *Dalla periferia dell'impero. Cronache da un nuovo medioevo*, (Milano: Bompiani).
 ELIAS, Norbert (1935), "Kitschstil und Kitschzeitalter", *Die Sammlung*, 2, 5: 252-263.
 GIESZ, Ludwig [1960] (1994), *Phänomenologie des Kitsches* (Frankfurt am Main: Fischer).
 GOETHE, Johann Wolfgang (1948), *Gedenkausgabe der Werke, Briefe und Gespräche*, vol. XIV (Zürich: Artemis).
 GOETHE, Johann Wolfgang y SCHILLER, Friedrich (1799), *Über den Dilettantismus*, en Goethe (1948: 729-754).
 GREENBERG, Clement (1939), "Avant-Garde and Kitsch", *Partisan Review*, VI, 5: 34-49.
 JENCKS, Charles (1977), *The Language of Post-Modern Architecture* (New York: Rizzoli).
 KILLY, Walther [1962] (1978), *Deutscher Kitsch* (Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht).
 KOONS, Jeff (1992), *The Jeff Koons Handbook* (London: Thames & Hudson).
 LIPOVETSKY, Gilles y SERROY Jean (2013), *L'esthétisation du monde* (Paris, Gallimard).
 MACDONALD, Dwight [1960] (2002), *Masscult and Midcult*, trad. de Adriana Dell'Orto y Annalisa Gersoni Kelley (Roma: Edizioni e/o).
 MCHALE, John [1968] (1990), *Il Partenone plastico*, en Dorfles ([1968] 1990: 101-113).

- MECACCI, Andrea (2014), *Il kitsch* (Bologna: il Mulino).
- (2015), “Il kitsch. Un profilo storico-critico”, *Nuova Informazione Bibliografica*, 2: 285-298.
- (2016a), “Sublimare il sublime. Kitsch e modernità”, *CoSMo. Comparative Studies in Modernism*, 8: 105-112.
- (2016b), “Kitsch antropologico”, *Materiali di Estetica*, III, 2: 122-134.
- (2016c), “Aesthetics of Fake. An Overview”, *Aisthesis. Pratiche, linguaggi e saperi dell'estetico*, 9, 2: 59-69.
- MENDINI, Alessandro (1988), *La poltrona di Proust*, en Bosoni y Confalonieri (1988: 60).
- MOLES, Abraham (1971), *Le Kitsch. L'art du bonheur* (Paris: Maison Mame).
- MUSIL, Robert [1937] (2014), *Über die Dummheit* (Stuttgart: Reclam).
- NABOKOV, Vladimir [1944] (2015), *Nikolaj Gogol'*, trad. de Cinzia De Lotto y Susanna Zinatto (Milano: Adelphi).
- PAZAUREK, Gustav (1912), *Guter und schlechter Geschmack im Kunstgewerbe* (Stuttgart-Berlin: Deutsche Verlags-Anstalt).
- SACHS, Hanns (1932), “Kitsch”, *Psychoanalytische Bewegung*, 4: 455-461.
- SAURA, Antonio (2013), *El perro de Goya* (Madrid: Casimiro).
- TOLSTÓI, Lev ([1897] 2010), *Che cos'è l'arte?*, trad. de Filippo Frassati (Roma: Donzelli).
- VENTURI, Robert, SCOTT BROWN, Denise y IZENOUR, Steven (1972), *Learning from Las Vegas. The Forgotten Symbolism of Architectural Form* (Cambridge Mass.: MIT Press).