

Las dos caras del “kitsch”: arte del mentir o mentira artística

KATHY MADRIZ FLORES
Escuela de Estudios Generales
Universidad de Costa Rica

*¿Cuántos días parecería su cara
en no parecerse a sí misma?*
Milán Kundera

Resumen

Este artículo ofrece un panorama general sobre el “kitsch”, el cual hace referencia a la imitación, falsificación, copia, decepción estética y su negación hasta el límite del autoengaño. Enjuicia el “mal arte” como parte de su producción y su reproducción masiva y comercial, inscrita dentro de un canon de estilo como forma de mentira artística que vende y privilegia -a los adictos al mal gusto- en todos los campos del arte. Sin embargo, existe un público que lo defiende con todas sus aristas como propuesta de elección libre y válida.

Palabras claves: kitsch, neokitsch, hiperkitsch, kitschificación, estética, estilo, arte, mentira, pseudo-artistas

Abstract

This essay offers a general overview about the Kitsch, which refers to the counterfeit, imitation, copy, aesthetic disappointment and denial of itself to the boundaries of self deceit. It prosecutes the “bad art” as a part of their production and mass and commercial reproduction, registered within a canon of style as way of artistically lying that sells and privileges the vulgar in numerous art fields. However, it exists an audience which stands up for it with all their sides as a free and valid choice.

Key words: kitsch, newkitsch, hiper-kitsch, kitschification, aesthetics, style, art, lie, pseudo-artists

Introducción

La vida es historia y la historia es vida. Inmersos en la cotidianidad no podemos desprendernos de las situaciones humanas y socioculturales, políticas, filosóficas y, por qué no, de decadencia. Es así que como seres humanos enfrentamos a diario nuestras interrelaciones, formas de poder reflexionar sobre la verdad, la estética, la ética y el amor, entre otros tópicos “infrahumanos”. A través de la historia y de estos tiempos, tendemos a ponerle “nombre” a las cosas, a las situaciones.

“Kitsch” es una palabra alemana que nació en medio del sentimental siglo diecinueve y se extendió después a todos los idiomas, según o relata Kundera en su célebre libro: *La insoportable levedad del ser*, quien a su vez lo define como: “...la frecuencia del uso dejó borroso su original sentido metafísico, es decir: el kitsch elimina de su punto de vista todo lo que en existencia humana es esencialmente inaceptable”. (Kundera, 2001: 258)

¿La fealdad es producto de nuestra imaginación? ¿Quién ha decidido qué es bello y qué es feo o ridículo? Nace ahí lo relativo de las sensaciones y de las objeciones en la existencia humana.

En todo caso, para ubicarnos, podemos ver la historia de cómo nace el concepto de “kitsch”, a partir del análisis de Ludwig Giesz, en su libro *Fenomenología del kitsch*:

...según Kluge Gotze, esta palabra se debe al inglés “sketch”: kitsch, bagatela, aplicada sobre todo a cuadros originarios de Munich. Cuando compradores anglosajones no querían invertir demasiado allí por un cuadro, pedían un boceto o “sketch”. De aquí deriva kitsch utilizado sobre todo en los círculos artísticos de los años 1870. (Geisz, s.f.: 23)

En este sentido cabe recalcar lo que Abraham Moles (1973: 9) señala sobre el origen de este vocablo al señalar que viene del alemán “kitsche”, embrollar; o de la voz alemana “verkischen” referencia a meter gato por liebre. “En español circula el mismo término y se utiliza convencionalmente para indicar una serie de caracteres de estilo y prácticas sociales específicas”. Asimismo, otros autores denominan el concepto de “kitsch” en inglés como “camps” apuntando a cierto estilo rural, como por ejemplo el cine mexicano que goza de un corte sentimentalista y sus patrones de belleza hacen resaltar a un héroe como a un villano, a un galán o a un bohemio como los “camps”.

Existe un conjunto de procedimientos para definir este antiarte; variadas y múltiples aseveraciones conceptuales que se gestaron en sus inicios y que van desde muebles nuevos con materiales viejos, hasta las pinturas de gran arte como sustitutas de las versiones auténticas. Este juego circulatorio de las apariencias o de lo aparente tiene su sentido de ser en la elegancia simulada y en un intercambio simbólico para cierto grupo de masa social. Así, la obra original y majestuosa, propia de los burgueses, finaliza su reproductiva clonación valorada también con otros ojos “kitsch” y este termina siendo el lente con que cada uno mira el mundo.

Sin embargo, el ámbito de la pintura no es dominio exclusivo del "kitsch", sino todas las situaciones humanas. ¿Si no existiera el ser humano, no emitiría el "kitsch"? Puede ser que para Kundera, Iakov -el hijo de Stanlin- rayará en lo ridículo al exponer en su relato, bajo las condiciones más denigrantes, sus necesidades corporales más íntimas. Es lo único que nos queda del pobre Iakov, un tipo "sucio" al que no le queda más que tirarse a la alambrada para morir electrocutado y que no alcanzó la "grandeza" de su padre. Queda entredicha cualquier otra situación humana de ese personaje. Entonces la historia la homologa con el "kitsch".

En todo caso, morir por aquellos "antivalores", ¿No es exponerse al "absurdo"? Aún así, Kundera justifica la muerte de Iakov tildándola de "metafísica", en la cual la existencia humana pierde sus dimensiones y matar en la guerra entonces sí es más absurdo que lo otro. Es, dice Kundera, cuando la existencia humana se vuelve "insoportablemente leve".

Ahora bien, el "kitsch" confiere un aura de seguridad y autocomplacencia muy cómoda de las valoraciones y, aunque parezca torpe, juega con la constante de los extremos y lo malo puede verse bueno y lo bueno como malo; implica un emparamiento con lo corriente, vulgar y patéticamente disfrazado y suple, por así decirlo, un bache en su desgarramiento natural que solventa lo banal de muchos y el gusto estético de pocos. Son formas de ver la situación del "kitsch" en sus múltiples facetas. Desde lo puramente estético en los objetos, hasta lo puramente subjetivo en los humanos.

Como bien lo cita, Juan Antonio Ramírez (1981: 263) en *Medios de Masas e Historia del Arte*, al decir que: "La esencia del kitsch consiste en la sustitución 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".

Visto desde otro ángulo, para observar esa importancia por el efecto de las cosas, en lo existencial, no tenemos que ir tan lejos en la historia. Podemos acercarnos al 1º de mayo de San José: las calles vacías, un movimiento sindical dividido, mientras en otros lados del mundo, las calles se abarrotaron para conmemorar la muerte de los héroes en Chicago y el logro de poder trabajar dignamente ocho horas diarias, así como otros derechos más consolidados por los trabajadores del mundo.

Puede que Kundera (2001: 257) tenga razón: "La hermandad de todos los hombres del mundo sólo podrá edificarse sobre el kitsch". Unos dirigentes en la Plaza de la Democracia y otros en el Parque Nacional que dejan una ofrenda en el Monumento Nacional, este que supuestamente sí o no refleja nuestra "idiosincrasia". Ejemplos en la actualidad y en nuestro medio abundan.

Otro caso es el famoso "pacto" entre los partidos mayoritarios. ¡Y es que las versiones de Kundera vienen tan al momento! Cuando dice, desde luego refiriéndose a la realidad que él vivió, pero que podemos utilizar contextualizando nuestro caso: "El kitsch es el ideal estético de todos los políticos, de todos los partidos políticos y de todos los movimientos..." (Kundera, 2001: 257). Sin embargo, allí donde un solo movimiento político tiene todo el poder, nos encontramos de pronto en el imperio del "kitsch" totalitario.

Si conocemos lo que está sucediendo en nuestro país, lo anterior quedaría aquí sin comentario. Pero como ocurre a veces, muchas almas viven su propio “kitsch” y no notan estas ambigüedades; entonces diremos: un “*pacto que compacta*” una misma ideología, la del más fuerte, del que domina. Ya no hay diferencias ideológicas en los partidos mayoritarios. Son una misma cosa: “*neoliberales*” por todos los costados. Podríamos decir que se ha conformado un “único partido”.

Entonces, no hay que preguntar, simplemente aceptar estas situaciones. El pueblo no protesta, calla, porque, volvemos a Kundera (2001: 259): “...delante de una mentira comprensible y tras ella reluce una verdad incomprensible”. Y por supuesto, no conviene que rompamos ese lienzo, ese lienzo que apantalla nuestras vidas y nuestra convivencia humana. ¿Caer en cuenta de ello nos salva de no bañarnos de kitsch? Tal vez ni siquiera sea eso, es que la vida misma es un kitsch continuo: “...ellos también necesitan su seguridad y sus verdades sencillas, comprensibles para la mayor cantidad posible de gente y capaces de provocar el llanto colectivo...” (Kundera, 2001: 260).

¿Y es que nos gusta vivir y sentir de esa manera? ¿Nos apropiamos de una manera de ver el mundo que bien podemos tachar de “kitsch”? ¿Es una forma de “disfrutar” de la vida, tan simple? ¿Sin complicaciones? ¿Es la “turbación de la conciencia” de la que habla Sartre? Retomemos el planteamiento de Kundera (2001: 260):

Lo que se nos avecina entonces como cualidad objetiva es una naturaleza nueva que no es material (y física) ni psíquica, sino que trasciende la oposición entre lo psíquico y lo físico, manifestándose como expresión ontológica de todo el mundo. Es decir, se ofrece como rúbrica a todo eso... Mientras dure el contexto con lo viscoso, para nosotros todo sucede, como si la viscosidad fuera el sentido del mundo entero, es decir, el único modo de ser el ser en sí, como para los indígenas del clan de los lagartos todas las cosas son lagartos.

Es comprensible, pues, que el arte sea retrato vivo de su contexto histórico y si el “kitsch” es considerado como mentira, lo será en virtud de quien se sirva de él para construir su ficción-realidad; así, tal imagen desfigurativa de lo que es arte real, con razón o sin razón de ser, se le devuelve a los detractores del arte. De tal modo que lo feo, lo cursi o lo ridículo subjetivamente podrán tener su velo de ficción de lo contrario, en especial para los seguidores de este antiarte, pero no para el resto del público.

El arte de mentir

Pero no hay mentira más grande que creer todo real; o peor aún, fabricar artificialmente una imitación que confunda o supere la vista de lo real y se aposente con gran imperio el engaño como algo natural. Es claro que la gran marcha de la vida contiene un pulso de lo aceptado e inaceptado, lo que se oculta a través

del espejo; en este sentido, la tesis de Milan Kundera (2001: 256) sostiene que "En el reino del kitsch impera la dictadura del corazón". Es precisamente donde dicta el corazón donde más debemos afinar los sentidos y la razón. Porque desde todo punto de vista, es mejor ver la realidad tal cual es, que ver con miopía todos los actos o entornos y autoengañarnos.

En lo básico de lo cotidiano es donde, curiosamente, encontramos el resultado de estas mixturas, pero si lo que es blanco es blanco, o lo que es negro es negro, o es arte o es un antiarte, lo que es estético no puede ser antiestético, pese a que lo que no es arte no significa necesariamente que sea "kitsch". La vida, en su decir totalitario, tiene sus caras: la verdadera realidad, la falsa realidad o verdadera falsedad y es ahí donde la mentira se convierte en todo un arte de comodidad y de "kitschificación".

Para Matie Calinescu (2002: 224) en *Cinco caras de la modernidad*:

El valor se mide directamente por la demanda de réplicas o reproducciones espúreas de objetos cuyo original significado estético consistía, o debería haber consistido, en ser únicas y, por lo tanto, inimitables. A nadie le sorprende hoy día que cualquier obra maestra, digamos por ejemplo el Moisés de Miguel Ángel, esté disponible para "uso doméstico" en copias de diferentes tamaños y materiales (desde el yeso, plástico y porcelana hasta auténtico mármol).

Queda en evidencia como el "kitsch" viene a ser la negación o antítesis del arte; su categoría artística funciona en el contexto aristocrático, posee características extrínsecas de un "buen arte", pero en realidad oculta su autenticidad y apreciación como tal al tratarse de un "mal arte".

Esta mentira artística, por así decirlo, ha sido cuestionada por el mundo de la intelectualidad una y muchas veces acerca de la diferencia real entre lo que es "kitsch" y el arte, gracias a las ofertas vanguardistas en las cuales funciona el efecto "kitsch" con un gran carácter multiplicador en muchas áreas como la música, la pintura, la literatura, entre otras, y se convierte en la otra cara de la moneda artística, cuyo lenguaje estético modula nada más ni nada menos que en código "kitsch".

Cabe salvaguardar que el "kitsch" no solo existe en lo estético, sino también en lo existencial como, por ejemplo, en el mito nazi, el mito del deporte, en los ídolos de barro, los héroes, los cantantes, los músicos, el divo o galán del cine, los divinizados por las masas aunque sea por lapso breve y fugaz .

Vistas desde este escenario, las redes propagandísticas de la industria comercial se vuelven motor manipulador de los héroes míticos, cuyos rangos revisten a la luz la máscara del "kitsch", la imagen simbólica de un producto o un patrocinio, el cual publicita y vende solo imagen de cascarón. Al final del pasillo vemos solo imitación, ya sea en los "mass media" o en un producto "kitsch" de alta cultura, es decir, un mal gusto presente también en la élite cultural.

Existen "kitsch" de "kitsch": unos alientan la cultura y el supuesto gusto, pero la verdad del asunto es que incitan a un público a poner en el mismo relieve

tanto la obra auténtica y maestra, como la típica copia banal y, en cambio, en otras ritualidades de la seudocultura despojan al arte de su hábito de sacralidad y misticidad. Esto lo vemos en un cuadro de la Santa Cena con personajes del mundo de la música como los doce apóstoles y en el lugar de Jesús al rey del rock Elvis Presley. Aquí, la antiestética reviste una clara urgencia de reflexión y concientización sobre el arte masivo, el cual se construye un discurso de cuestionable gusto como atributo de categoría o como mundos diametralmente contrarios a lo estético y, en este caso, con irrespeto a la fe religiosa.

Esa búsqueda laberíntica de lo nuevo, de lo inédito, de lo original o de lo individualizado, conduce a algunos a caer en el abismo del “neokitsch” en el cual se cosmetiza un “status symbol”, promoviendo así nuevos géneros artísticos para el consumo. Es precisamente en esta instauración de la colectividad donde se da lo peor de la “midcult” o media cultura, o sea una no cultura, acelerando de esta manera su motor viviente de interés para la mercantilización.

Según la sociología, el arte de masas tiene sus raíces en la frecuente y recurrente incompetencia de lo económico financiero mundano con la élite cultural; por citar un ejemplo: vemos en una sala de familia de clase media un cuadro de *Mona Lisa* (copia con alteraciones de color y textura en papel corriente); en otras ocasiones, peor aún, vemos a la propia *Mona Lisa* publicitando un perfume o de portada en una caja de fósforos, y así consecutivamente, en otras reproducciones comerciales en países desarrollados.

Otros ejemplos de copias con que se llenan muchas habitaciones son la Capilla Sixtina, la Torre de Pisa, donde no hay respeto a la “kitschicamente” fidelidad de la escala de color y tamaños, y la global figuración alterada muchas veces favorece el “hiperkitsch” o grito de la moda, gozadas, idolatradas en ecos que superan la resonancia del original. Ofensa o superofensa a su creador, pero es el hombre “kitsch” quien los promociona como obras más atrayentes y se favorece plenamente de su mercantil vulgarización. Hay, por lo tanto, una clara escisión entre el arte en su valor legítimo y su reciente evolución contraria a su esencia primera. Como lo cita Calinescu (2002: 226):

subrayando la modernidad básica del kitsch T. W. Adorno ha observado correctamente: La necesidad histórica de tal Kitsch juzgada mal por Veblen. Para él, el falso castillo no es nada más que una reversión. No se sabe nada de su intrínseca modernidad y visualiza las ilusorias imágenes de unicidad en la era de producción de masas como meros vestigios en vez de “respuestas” a la mecanización capitalista que traiciona en algo la esencia de esta última. El reino de los objetos que funciona en el conspicuo consumo de Veblen es realmente un reino de imaginaria artificial. Está creado por un impulso desesperado de escapar de la igualdad abstracta de las cosas por un tipo de promesse du bonheur autoconstruida y fútil.

Por su parte, aplicado esto al “neokitsch”, en la vertiente musical, cabe destacar que encontramos un aspecto digno de considerar, ya que el valor de un fragmento musical no se puede medir por su carácter pegadizo o por sus altas

ventas de reproducción, sino más bien, contemplar como base otros instrumentos valorativos como sus procedimientos armónicos y melódicos, su ritmo y otros intervalos, contenido y calidad de voz. Esto mismo nos permite escuchar con gran distinción una música culta de una música de consumo meramente trivial, en la cual se dejan escuchar timbres estruendosos de voces o gritos con efectos e instrumentos patéticos de acompañamiento (transmisiones mecánicas, electrónicas), sin omitir el contenido que atenta contra los valores, los principios sociales y humanamente cultivadores, los cuales están totalmente ayunos en estas propuestas. Se puede decir que en este divorcio de la música habría que sopesar con gran seriedad, el sentimentalismo o las técnicas de composición y, en muchos casos, la proliferación de los pseudoartistas con su famosa promesa de felicidad fugaz.

Existe en otro orden de cosas, el kitsch literario. Para citar un ejemplo se puede mencionar un poema que contiene palabras en desuso con gran "kitschidad" u otras propuestas de novelas rosa revestidas con pletórico cursillismo y pedantería, o en notas de sociedad de los periódicos de décadas anteriores. Igualmente, habría que revisar, con minuciosa curiosidad, los testamentos antiguos, en los cuales hasta las medias del difunto tenían heredero, así como sus sábanas y otros detalles inimaginables, objetos adoptables como inspirada materia prima de la literatura. Santiago Ruiz Velasco (2008:46) apunta certeramente:

Pero a Borges, Poe le resulta kitsch. A mí no. A mí Corín Tellado me resulta kitsch, a montones de lectores suyos no. Borges leyó más que yo, y yo espero haber leído más que los seguidores del Vanidades, del mismo modo en que he estado en lugares más refinados que el San Luis. Entonces, quizá es una cuestión de qué tanto se conoce y con qué tantas herramientas se cuenta para juzgar. Pero también me da la sospecha de que es una cuestión de clase disfrazada...

Más adelante, se encuentra "el kitsch" en el cetro en relación con el género de la poesía, como espacio de lectura y de escritura muy selecta, la cual se distingue más con los círculos de la clase alta. Esto pone en evidencia que el buen gusto parece ser dictado por la posición alta de la sociedad, y el resto de lecturas "lights" pasan a ser el código visible de las clases populares.

Lidia Santos (en De Marinis, 2006:236) destaca su hipótesis al mencionar que:

en el acto de la recepción, las clases marginales y periféricas (y sus artistas) procesan la información recibida, la transforman y la devuelven como acto de resistencia que las convierte en sujetos activos, productivos y, por ende, creativos, capaces de articular sus propios gustos y objetos estéticos.

Esta revalorización de la estética "kitsch" subvierte la aparente inferioridad y tonalidad negativa, la cual suele traer por naturaleza en sus raíces, y la enfrenta a otras manifestaciones del arte, cada cual en su nivel y escala, en su justa medida, sin descalificar sus aristas legitimadoras y dominantes.

Por otra parte, no es difícil constatar cómo la industrialización de la cultura y de los medios de comunicación de masas (televisión, radio y cine) conocidos como “mass media” y de las que el mundo se ha podido servir a sus anchas, han manifestado sus intereses y júbilos y cómo éstos con gran dominio han favorecido esas revalorizaciones del arte.

Así, el debilitamiento del pulso llámese imaginativo, fantasía o ensueño en su latitud creativa -naufra en el desarrollo de capacidades creadoras y de patrimonio privado y la imagen visual toma un lugar con gran poder y se posiciona, en unos casos, como el receptor y, en los mejores casos, como el perceptor, sustituyendo de esta forma lo verdaderamente didáctico y cultural con vaguedades que poseen grandes implicaciones antiestéticas. Así, el libre ocioso se convierte en un resorte de almacenamientos de verdaderas nociones espectadoras; esto sin contar las imágenes desteñidas de los noticiarios en las cuales la criticidad es un fantasma casi onírico.

A modo de síntesis, lo visto en la televisión es una auténtica verdad o jamás una verdadera y auténtica falsedad, su versión es tan fidedigna como incuestionable para una gran masa. La manía de los programas de relleno gesta una tienda de combate, un espacio a todo dar y a todo decir, como los intrusos, aunque ciertamente, todo va anclado al gusto de cada quien y a su libre selección. No hay mucho espectro dentro del abanico como para recrear; todo se vuelve copia de la copia de la copia y al final, para premiar a los buenos lectores y cultivadores, ¿quién quiere ser millonario?

El peligro del disfraz de lo estético puede anidar en cualquier parte y en cualquier cosa, objeto o subproducto cultural, lo cual recae sencillamente en su autocrédibilidad de posesión de cultura. Así, nuestra miopía cultural será más aguda aún. Todo simulacro de cambio de paradigma será solo un asalto a la novedad, por ubicarlo en un plano diferente. Ni todo es arte ni todo es cultural, aunque así pareciera a primera vista.

El caso del héroe mítico subproducto de los medios artificiosos y manipulados por antojadizos hilos propagandísticos de los “mass media” transforma al hombre común y silvestre a un rango de “super man” o “super woman”. Ejemplos sobran, por citar algunos: los Beatles, los Rolling Stones en Inglaterra y Rita Pavone en Italia, entre muchísimos otros. La histeria colectiva en su excitación y dispuesta a inmolarse detrás de una divinidad, incursiona como “fan” en una aventura casi mágica, detrás de su figura de héroe y este se vale del “show” de sus ciegos seguidores y aumenta su dosificación de hipnosis colectiva por medio de vestuarios o movimientos para recrear una atmósfera de mayor erotismo, locura y utilidad. No se puede dejar de lado que su influencia y persuasión mediante su investidura mítica son poderosas y cegadoras.

No es válido omitir que puede haber en sus canciones como en sus formas de vida, aspectos apreciables y que, incluso, instauran de cierto modo algún particular gusto por la moda o estilo en especial; en síntesis, no todo es malo, el “kitsch” tiene lo suyo. Tal es el caso de los Beatles cuando aparecen en períodos de meditación como si estuvieran recuperando su aureola de sacralidad; sí, este acto fue sincero, bienvenido por las masas, pero si no, con esa imagen coordinada por la

publicidad habría que valorar lo que realmente revisten muchos ceremoniales y sus presuntos valores ocultos.

Apariencia de la apariencia

Cuántos Van Gogh, Da Vinci y Miguel Ángel son reproducidos al fiel antojo de lo comercial y en desmérito del mismo artista, lo cual equivale a un "hiper-kitsch". Esta asunción a las trivialidades consumistas ha llevado a cruces jamás imaginados; por ejemplo, encontramos un cuadro de un gran pintor en una toma de cine correspondiente a una época histórica fuera de su contexto social verdadero, como el caso de la película *Titanic*.

Existen otros casos, menos jocosos, en los cuales se toman prestados ciertos productos de consumo masivo como la famosa Coca Cola revestidos de valoraciones estéticas múltiples, las cuales dan lugar, en primer plano, a anuncios de televisión y a mensajes subliminales que premian su consumo, en segundo plano. De tal manera, se ve al personaje James Bond promocionando una bebida gaseosa como la Coca Cola, junto a un estilo de vida o perfil de hombre ideal y valiente.

Ciertamente, lo que impera en la auténtica falsedad son las múltiples significaciones que constituyen aprecio al desprecio, o a caer en el atajo cómodo de las apariencias típicas de las cosas y simulacros, como algo natural, tanto en su uso como en su consumo.

En otra esfera de situaciones, se encuentran elementos simbólicos de mal gusto dentro de los movimientos nazi, saludos hitlerianos con toque de gusto desagradable o también en otras manifestaciones de rituales falseados ante el "ojo kitsch", en el cual las disposiciones no hacen un alto ante nada, ya sea lo repulsivo, lo asqueroso; el kitsch revela su sabor agrio de las cosas, cuya devoción tramita "emotividades" muy bien camufladas ante los ojos de muchos.

Se debe tomar en cuenta un punto vital en todas las caras del "kitsch": su mérito fundamental es desendemoniar la vida y, evidentemente, mostrar las máscaras de las apariencias, lo opuesto, ya sea tragedia, muerte, sexo, guerra, pecado, necesidades, pobreza, miserias, entre otras, y sustituirlas por otra gama de emotividades no menos emotivas.

De tal forma, Kundera hace alusión a que el "kitsch" provoca el recorrido de dos lágrimas, una luego de la otra, pero a nuestro ver, la primera lágrima emociona y conmueve con su distancia ajena; la segunda lágrima, más larga, revuelve y rejunta todos los sentimientos habidos y por haber, porque el dolor que se imprime en la piel es más profundo y más cercano.

Tal es el caso de la prensa sensacionalista o amarillista, o peor aún, ya que crea un mundo para el goce y el disfrute del "ojo kitsch" que asimila esa razón de la sinrazón. Entonces es cuando corremos el gravísimo peligro de que ya esas situaciones nos sean tan "familiares" que nos causen un tipo de "emotividad" escondida y velada: sí sucede, pero no es a nosotros; es como una fantasía trágica de la otredad, son el pan diario las escenas de muerte y el "shock" que turba la

atmósfera de lo cotidiano, esa irrupción monótona de que no pasa aún nada que distraiga el substrato de las vivencias.

El “kitsch” crea y recrea estados de ánimo. Es de esperar que quienes leen y gozan de ese tipo de “sucesos” estén, probablemente, ante una pantalla gigantesca de cine o televisión. Sucede afuera, largo de sí. Es un estado de ánimo inducido y es inducido desde que nace el hecho en sí y lo retoma el medio de comunicación, lo reelabora, lo acondiciona y nos lo muestra de manera tentativa. Se escoge el título, acorde con el hecho en sí. Eso funciona... “sigue saboreando mientras se va extinguiendo...” Los sentidos juegan parte importante en nuestras reacciones ante determinado hecho. Se crean símbolos, imágenes, figuraciones alrededor de los hechos de una forma que se opaque la realidad. Nos crean y recrean un mundo de sinestesias y mediante estas se alcanza un estado de ánimo, el cual a su vez favorece la vivencia sinestésica.

¿Y qué es lo que hace tan llamativas las situaciones “cruels” y “terribles de la vida”? ¿Por qué en vez de leer los diarios *Extra* o *La teja*, por citar algún ejemplo, no se recurre a otro tipo de lectura? El “kitsch” llama al confort, a la mediocridad, a la inadecuación, a la acumulación y a la sinestesia, pero sobre todo al consumo que se configura como objeto manipulador de este ideal social. Su facilidad de acceso y de libre lectura, así como de entretenimiento, aplica en su sentido práctico de superficialidad y de vaga belleza. De aquí el gran éxito del mercado de consumo masivo, y los periódicos no son la excepción, pues su material informativo o deformativo vende y esto es lo único que parece importar.

Conclusión

Todo el mundo espera parecer lo que no es. En medio de esta nube de confusión, se reproduce hasta la emoción falsa de salir del aburrimiento a precio de lo rutinario y la proliferación del ocio sin saber discriminar entre arte y propaganda. La criticidad llama y acusa a toda prefabricación de lo ya confeccionado sin gusto, sin sentido, sin estilo, sin contenido crítico.

El eco resonante de las modas y los estilos de vida que promueven los medios masivos de comunicación contemplan un goce de efectos privilegiados como de respuestas efectivas por parte de las masas. La relajación es un acto muy recompensable al mínimo esfuerzo, es decir, lo “kitsch” viene a ser una ruta de escape de la realidad cotidiana o una catarsis, o una sobrevaloración de otro sentido del mundo.

Este esfuerzo interpretativo apela a un nuevo horizonte de valoraciones y nos cuestiona si podemos salir del círculo vicioso del “kitsch”, una pregunta cuya respuesta nos invita a la gran aventura del cambio sumado de cada conciencia verdadera. En todo estamos rodeados y propagados de “kitsch”; en todo lo que fluye como un río caudaloso, desde lo más simple de una tarjeta, hasta el ritual de los santuarios de la nueva era, sufren de los estragos “kitschianos”, por llamarlo así de algún modo creativo, y sufren también de sus provocaciones ruidosas en masa.

Esta evasión acrítica del producto artístico configura lo irreflexible del hombre masificado que consume con falsa conciencia estética, así como el artista "kitsch" que promociona de su propia mano el arte o antiarte al gusto cursi o ridículo y de contenido pobre que busca a toda costa, aunque sea para ascender a la cima de su propia corriente aparentemente estética. El hombre "kitsch" existe y existirá siempre que falte ese justo equilibrio entre el arte, la técnica y la vida.

Cabe subrayar que no hay que omitir que el "kitsch" se ha visto, mayoritariamente, desde un lente o enfoque muy negativo, puesto que su análisis ha partido desde un ángulo crítico no conforme con su posición y existencia en la sociedad, y esta surge gracias a un sistema de creencias y prácticas sociales derivado de valores, por lo que facilita una postura disconforme en el medio con respecto a su efecto y funcionalidad.

Aunque se hable hasta el cansancio de lo que es y no es arte, la ignorancia torna a ser consuelo para muchos de nivel medio y la belleza purificada una distinción sin distinción, pero mientras exista la plaga de langosta que arrasa con todo como lo hace el "kitsch", existirán calidades de calidades en el arte y no se juzgará el "kitsch" con ninguna benevolencia en su condición subcultural. El arte se diferencia como se distingue del no arte y no por ello, se reitera, que signifique y recaiga en la categoría del "kitsch", pero lo que sí lo hace "kitsch" al "kitsch", y se subraya, es su desviado gusto, su disfuncionalidad y pseudoarte.

Queda claro que el "kitsch" se sirve del arte y se vende como éste sin serlo; su degradación como golpe de efecto, la alberga en muy segunda categoría. El arte se diferencia de lo que lo niega en toda su esencia; el verdadero arte es propietario de mayor calidad, funcionalidad y valoración apreciativa por parte de sus críticos. No por eso desmeritemos, dejando de lado, que el "kitsch" tiene su público masivo, el cual lo defiende y legitima, a capa y espada, con su práctica productora y sus acciones infinitas de consumo.

Y, aunque estamos en el siglo XXI, se avecinarán nuevas, múltiples, diversas y variadas transformaciones en el arte, nuevas mentiras o nuevas verdaderas que sopesarán en su juicio creativo, renovador y dinámico. Nuevas corrientes evolucionarán el mar de conceptos sobre lo estético, lo creativo, lo original, lo novedoso y se dispararán nuevos movimientos artísticos con otras reglas y cánones de experimentación, pero el arte en su sentido más purista, no dejará de ser arte, por más que un audaz engaño se adentre como ilusión óptica en nuestros ojos.

En medio de esta tendencia subjetivista existencial del arte "kitsch", donde aún queda mucha tela que cortar, cabe incursionar en la ruta cíclica de regresar al principio, cuya tarea sigue pendiente. Todo el ingenio de reconocer en el camino las nuevas propuestas que honren la creación y el espíritu auténticamente innovador, y no ver a trasluz, las dos caras de la misma moneda, llámese mentira artística o arte del mentir, como si fuera el arte un perfil de muchas caras, sino más bien una misma auténtica falsedad, que únicamente tiene una sola cara y se llama "kitsch", o una auténtica y legítima verdad que se llama arte.

La confusión entre verdad y falsedad en el libre juego de la imaginación puede afectar la sensibilidad del ojo en una miopía letal de último grado de lectura e interpretación, que obstaculice la perspectiva arquitectónica social del

gusto. Al final de cuentas, en el plano histórico, solo existe una misma cara, la de sí misma. Y para parafrasear a Kundera, es la segunda lágrima la que se esculpe en la cara al “kitsch” en “kitsch”.

Bibliografía

- Barzuna, Guillermo (2002). Kitsch: entre mercantilismo y seducción. *Escena*, pp. 49-51.
- Calinescu, Matei (2002). *Las cinco caras de la modernidad: modernismo, vanguardia, decadencia. Kitsch, postmodernismo*. Madrid: Editorial Alianza.
- De Marinis, Hugo (2006). Kitsch Tropical. Los medios en la literatura y el arte en América Latina. *Canadian Journal of Latin & Caribbean Studies*, 31, 61, p. 236.
- Dorfles, Gillo (1973). *Kitsch, la antología del mal gusto*. Barcelona: Grupo Editorial Lumen.
- Giesz, Ludwig (s.f.). *Fenomenología del Kitsch. Una aportación a la estética antropológica*. Traducción de Esther Balaguer. Barcelona: Fábula Tusquets Editores.
- Kundera, Milán (2001). *La insostenible levedad del ser*. Barcelona: Fábula Tusquets Editores.
- Moles, Abraham (1973). *Es kitsch, el arte de la felicidad*. Buenos Aires: Paidós.
- Ramírez, Juan Antonio (1981). *Medios de masas e historia del arte*. Madrid: Cátedra.
- Ruiz Velasco, Santiago (2008). Kitsch y terciopelo rojo. *Metapolítica*, No. 8, marzo-abril, pp. 44-46.