

## El kitsch y su ambigua negatividad

Mara Rodríguez Venegas

Xiomara Romero Rojas

### Resumen:

En este texto se analiza el fenómeno del kitsch y su polémica negatividad. Para ello, cuestiona ¿en qué consiste la negatividad del kitsch? ¿en qué medida podría considerarse ambivalente? ¿qué lugar han ocupado prácticas artísticas como el Pop art en este proceso? Para ello partimos del análisis del kitsch dentro de la cultura y después en este movimiento artístico, como indicio que evalúa su sesgo negativo devenido en sí ambivalente

**Palabras clave:** Estética, kitsch, banal, Pop art

### Abstract:

This text analyzes the phenomenon of kitsch and its controversial negativity. To do this, question what is the negativity of kitsch? To what extent could it be considered ambivalent? What place have artistic practices like Pop art occupied in this process? For this, we start from the analysis of kitsch within the culture and later in this artistic movement, as an indication that evaluates its negative bias itself ambivalent.

**Keywords:** Aesthetics, kitsch, banal, Pop art

## **Introducción**

El kitsch, desde la segunda mitad del siglo XX, fue asumido como un concepto estético y cultural que identifica tanto formas culturales, estilos de vida, como expresiones del arte contemporáneo. Éste último se favoreció de las producciones alternativas que se relacionan de manera notoria con la visualidad y el consumismo de la sociedad actual.

El kitsch ha pasado por varias etapas que abrazaban una marcada negatividad, que se acompañó de una suerte de estructura del mal gusto favorecido por el consumismo. De ahí que se delimitara como fenómeno sociocultural al decir de Moles (1990) y que más adelante prácticas artísticas como el Pop art lo resignificaran. De modo que este texto analiza el fenómeno del kitsch y de su polémica negatividad. Para ello, cuestiona ¿en qué consiste la negatividad del kitsch? ¿en qué medida podría considerarse ambivalente? ¿qué lugar han ocupado prácticas artísticas como el Pop art en este proceso? Para ello partimos del análisis del kitsch dentro de la cultura y después en este movimiento artístico, como indicio que evalúa su sesgo negativo devenido en sí ambivalente.

## **Cotidianidades del kitsch**

La aparición del término kitsch, intraducible al español, cuenta con varias hipótesis. En Alemania, en la segunda mitad del siglo XIX muchos pintores usaban el término kitsch como parte de su jerga para designar el uso de materiales de bajo costo. También existen otras interpretaciones que lo asocian con la fabricación de lo barato asociado a la producción industrial. Además, se puede incluir que el término también hizo referencia al proceso migratorio en el que los campesinos llegaron a las grandes ciudades y en la medida que se adaptaban a la vida urbana decoraban sus hogares con objetos que en ocasiones hallaban desechados. Al emplazarlos espacialmente en rincones de sus casas mostraban una visualidad que aparentemente mejoraba sus espacios íntimos solo por colocar objetos o imitaciones de los altamente valorados y que después fueron valorados como kitsch. Este hecho se extendió también a una suerte de naciente burguesía que copiaban hábitos y costumbres de las élites culturales en su afán por escalar socialmente. De manera que el kitsch podría asociarse con el estatus social que mostraba una suerte de empoderamiento a partir de la posesión de objetos de gran valor para ese entonces. En virtud de ello era posible identificar el kitsch con el mal gusto, sin embargo, cabría preguntarse desde donde se dicta el mal gusto, y qué lo designa.

La modernidad estableció referentes culturales que se suscribían a relaciones estructurales y hegemónicas que se daban entre el centro y la periferia, entre lo alto y lo bajo, entre la cultura y la marginalidad. Estas formas de pensamiento jerárquicas

legitimaban estilos de vida y culturas por sobre otras. El gusto debía normarse a pesar de ser tan subjetivo. Este hecho motivó la apelación al buen gusto y del mal gusto. Desde estos presupuestos es posible mirar el kitsch como resultado de un pensamiento hegemónico que delimitaba constantemente diferencias para cada vez más empoderarse. Este hecho podría explicar su sesgo negativo.

Sin embargo, los movimientos vanguardistas y después todo el arte que se produjo a mediados de la segunda mitad del siglo XX redefinieron sus intereses y visualidad. La fealdad, el horror, la banalidad, así como las geometrías, los colores vibrantes, las instalaciones y la incorporación de objetos de uso industrial redefinieron el significado de las prácticas artísticas y de la obra en sí. La obra de arte cambió, se volvió abierta y se nutrió de contextos expresados de las formas más complejas e irreverentes.

En este contexto, la clase social media se transformaba. En su afán de distinguirse, no solo bebía de los referentes culturales del arte, sino de los que la Industrial Cultural producía. En este escenario aparecen numerosas expresiones de estilos de vida abocados a una suerte de imitación de las clases altas e incluso de la nobleza europea. La mezcla sin orden estilos como el barroco, el gótico o el rococó, unido a antigüedades chinas, tapices medievales e incluso imitaciones de escudos nobiliarios destacaban en una visualidad construida desde la distinción misma. Todas ellas visibles en decoraciones de hogares que inciden en un diseño de interior vernáculo.

Celeste Olalquiaga (2014)<sup>i</sup> señala algunas de las formas en las que se ha entendido el kitsch, aludiendo a una suerte de metamorfosis. Primero podría identificarse desde lo sagrado, vinculado con la religión y visible en los objetos de culto que se comercializan en las afueras de las iglesias y que más tarde son emplazadas en altares religiosos caseros exaltando su valor icónico. También y bajo esta misma estructura se pueden identificar aquellos que se hallan en tiendas de *souvenirs* con el nombre, la iconografía o tipografía de cada ciudad. Por último, apela a la esfera artística desde donde a partir del reciclaje se resignifica técnicas, formas y estéticas. Todo ello fundamenta las diferentes etapas por las que ha pasado el kitsch.

“El auge del *kitsch*, en sus diversos niveles de creación y consumo, se basa en el desarrollo de la sensibilidad vicaria, por lo cual cuando apela, por ejemplo, a una semántica tradicional como la religiosa, la reformula en los términos de la vida cotidiana, integrando el azar y la fragmentación en una creación figurativa y saturada, que opta por un reciclaje irreverente, con un pronunciado gusto por lo artificial”<sup>ii</sup>

La referencia a objetos kitsch en el ámbito de las mercancías es notoria. El ejemplo más obvio es un souvenir: copia barata y en edición ilimitada de objeto cultural<sup>iii</sup> que lo hace merecedor de un sitio de honor en cualquier hogar. No porque es bello, sino porque alude al lujo del viaje y al cariño de quien viaja y además llena un hueco.

La acumulación y percepción sinestésica forma parte del kitsch, que también se conforma con la acumulación de objetos. Abraham Moles<sup>iv</sup> (1990) recurre a una metáfora gastronómica para evidenciar esto. 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<sup>v</sup>.

Además, los objetos kitsch tienen un guiño conservador, tienden a ser perfectamente reconocibles, común y hasta banales. De acuerdo a los valores de la época en que se despliegan podrían reconocerse como de ‘mal gusto’.

“el kitsch es la aceptación social del placer mediante la comunión secreta en un ‘mal gusto’ calmante y moderado. [...] El kitsch es una virtud que caracteriza al término medio [...] es un modo y no la moda en el progreso de las formas”<sup>vi</sup>

Otra de las connotaciones de estos objetos sería su democratización, pues al estar hechos para las masas<sup>vii</sup> se difunden con facilidad. La factura de este tipo de objetos así como de sus marcas favorecen esta suerte de democratización. El acceso a productos con materiales más baratos que falsean o imitan a los más costosos es un signo de esta práctica calzada también por la fabricación en serie de objetos mercantiles, así como su distribución en el mercado. Esto pone en perspectiva otra vez la discusión sobre la negatividad del kitsch. Si bien su estructura se asocia al consumismo y con el gusto, podría entenderse también de una manera polémica, como un invento de clase para diferenciar la legitimación del consumo de unos objetos por sobre otros. La base de esta valoración podría hallarse en el valor de los productos, en sus materiales y en sus marcas. Esto llamaría a cuestionar si lo kitsch sería solo una cuestión referida a los objetos y su valor, o podría entenderse también como una postura vivencial, un estilo de vida.

En la actualidad habría que analizar la incidencia que tienen las nuevas tecnologías en este fenómeno. Las redes sociales de plataformas digitales como *Instagram* o *Facebook* favorecen la construcción de una identidad digital viabilizando una suerte de empoderamiento desde la posesión de objetos que quedan registrados en *selfies*, historias o publicaciones públicas marcadas con el conocido *hashtag* (#). Esto se inserta

dentro de una suerte de espectacularidad<sup>viii</sup> de la vida, en donde hay un vaciamiento<sup>ix</sup> de la significación de lo público y lo privado.

La digitalización de la vida, la puesta en escena de lo cotidiano trastoca lo privado y lo convierte en público y los límites entre estos y lo íntimo se vuelven cada vez más invisibles. Parte de estas transformaciones han ganado espacio en los procesos de identificaciones donde las imágenes correspondientes a entornos privados constituyen elementos que acreditan narrativas y sucesos en su vida. Es así que en estos ámbitos entran actividades cotidianas como las desarrolladas en familia, entre amigos o parejas que pasan a ser del dominio público. Siendo así, es posible comprender en qué medida el entorno íntimo configura sus representaciones en espacios digitales.

“[Las] posibilidades tecnológicas han ensanchado los márgenes de libertad [...] mediante la construcción y apropiación de un espacio particular adecuado a sus necesidades y especialmente privado y “conectado” con el mundo a través de la tecnología de última generación”<sup>x</sup>.

El hecho de mostrarse a través de *selfies* en los entornos íntimos podría tildarse de una práctica kitsch. Sin embargo, los jóvenes utilizan los espacios digitales como medios de expresión y de exposición del yo. Estas estrategias asumidas socialmente habría que argumentarlas como un ejemplo de la sensibilidad actual que trastoca prácticas sociales con guiños espectaculares. Lo espectacular como valor reforzado que, con la digitalización de la vida, va sumando sujetos, al tiempo que crea nuevos actores en la escena como el *influencer* o las *celebrities* y también espacios de exposición como las redes sociales o los *reality show*, que en muchos casos llevan su intimidad a la escena pública.

Más allá de tildar de bueno y malo estas experiencias, habría que entenderlas en un contexto complejo y polémico en que se dan. En ellas no solo los objetos, sino también las acciones podrían ser kitsch que, acompañadas por la digitalización y espectacularidad de la vida, ubican al individuo ante un nuevo horizonte de valoración estética.

Las vibraciones del kitsch en la actualidad denotan un rico universo de estudio que ha atravesado por varias etapas. En ellas se ha visto desde sus sesgo negativo y banal, para después ser reinterpretado por las prácticas artísticas que desde la segunda mitad del siglo XX matizan con sentido crítico sus obras.

“En la literatura estética posterior a 1900 se juzgó simplemente el kitsch de un modo negativo y solo después de la época del Pop art, el hecho de dejar de

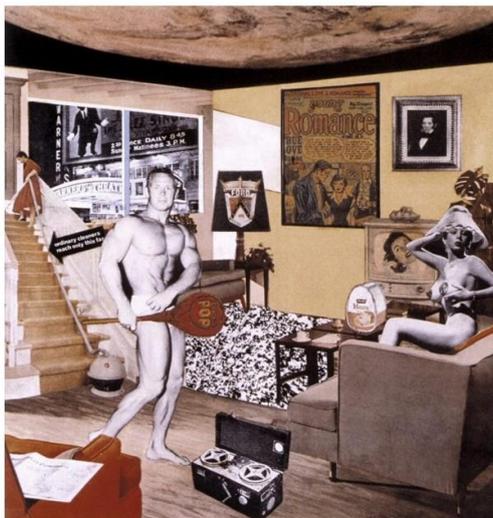
un lado la alienación del kitsch permitió que los artistas lo retomaran en función de una distracción estética”<sup>xi</sup>

Estas naciones apuntan a la indagación del kitsch desde su polémica complejidad entrañada desde la negatividad. Denota además la reflexión estética en cuanto a un concepto que ha sido criticado y reivindicado de igual forma, aunque en la cotidianidad, se asocia con el mal gusto. Las directrices del buen gusto tienden a ser construcciones subjetivas normadas socialmente que alcanzan sentido para legitimar y empoderar ámbitos. La preocupación por la negatividad, lo feo y lo grotesco han sido analizadas dentro del pensamiento estético de acuerdo a contextos particulares<sup>xii</sup>. Por esta razón fenómenos como el kitsch tienden a complejizar la mirada desde una reflexión de la estética de la negatividad, donde ésta tiende a resignificarse. Lo mismo sucede en el ámbito del arte y en la forma en que lo abordó el Pop art, lo cual permitiría cuestionar los elementos que volvieron ambivalente su negatividad en este ámbito.

### **El Pop art y la ambivalente negatividad del kitsch**

El Pop art se fascinó por lo trivial y lo banal y desde ahí se resignificaron las obras de muchos artistas. La publicidad, los comics, los elementos de opulencia, las estrellas de Hollywood, las marcas se resignificaron y aparecieron una y otra vez en las piezas de este tipo de movimiento artístico. El mismo se desarrolló al inicio en Estados Unidos y Europa, que seguían siendo centros de poder del arte para mediados del siglo XX y donde el Pop art evolucionó.

En Europa a pesar de cargar con una tradición artística, se insertó en este contexto visual moderno. Los referentes más conocidos del pop inglés fueron Richard Hamilton, David Hockney, Derek Boshier, Allen Jones, R.B. Kitaj y Peter Phillips. Ellos se nutrieron de lo banal y la cotidianidad, del mundo del espectáculo y de sus estrellas. En Estados Unidos, en la década de 1960 en adelante destacaron nombres como Jasper Johns y Robert Rauschenberg, Andy Warhol y Tom Wesselmann. Muchas de las producciones estuvieron marcadas por el *American way of life*. En estos espacios geográficos, las creaciones dialogaban y se insertaban dentro de discursos que resignificaban lo kitsch a nivel formal y conceptual. Ello favorecía desde luego una suerte de transgresión que mostraba entre otras cosas, la cotidianidad de un mundo condicionado por la superproducción de objetos de consumo.



*Ilustración 1. Referencia al Pop art norteamericano y al inglés. La primera es la conocida pieza de Andy Warhol "Veinticinco Marilyns coloreadas" (1962). La segunda de Richard Hamilton "¿Pero, qué es lo que hace a los hogares de hoy día tan diferentes, tan atractivos?" (1956). Imagen tomada del texto Arte del siglo XX. Tachen*

Las promesas del sueño americano sintetizaban las posesiones de casa con piscina, automóvil, electrodomésticos, tarjetas de crédito y la posibilidad de viajar por el mundo en vacaciones. Estos elementos que como utopía anidaron en la sensibilidad contemporánea, aunado al desarrollo de los productos industriales a una escala nunca antes vista, fundamentaban la coherencia contextual que reflejaba el pop. Existe en estas obras,

“una mezcla de fascinación e ironía con respecto a los símbolos de opulencia [...]; la importancia del *collage* como técnica típicamente pop, procedente de la práctica cubista, dadaísta y surrealista [...] y la inteligencia y sofisticación de una composición llena de alusiones y ambigüedades”<sup>xiii</sup>.

Estos elementos de carácter formal favorecen un diálogo con el kitsch pero también con la visualidad que acompaña al sujeto. Dicho entorno es recreado a partir del *collage*, de la yuxtaposición de imágenes inconexas. De ahí que el pop desde la pintura y la escultura apele a la mezcla y la hibridez de elementos que en sus piezas se resignifican en discursos reflexivos.

Lo banal adquirió notoriedad en la obra de muchos artistas. Sin embargo, este gesto se halla expresado con anterioridad, en los movimientos de vanguardia, y en especial con Marcel Duchamp quien colocó en una galería un urinario al que llamó 'La Fuente'. Era un artículo industrial, de uso común que modificó la percepción del objeto artístico. Se abrió así la posibilidad de reconsiderar lo banal y trivial dentro de la práctica artística que anteriormente se renegó por su sesgo negativo. Las apuestas por descontextualizar objetos industriales y otorgarle un valor artístico se avenían muy bien a los intereses del

pop. Este se apropió también de la experimentación con formas, colores, signos y símbolos que trascendían en sus obras y que combinaban materiales tradicionales con otros más actuales y cotidianos, como plásticos industriales que se hallan con facilidad en supermercados.

Se inició una etapa en donde los artistas le

“Abrieron de par en par las puertas entre el arte y la vida cotidiana, entre el arte y el kitsch, con la esperanza de crear una nueva unidad en la diversidad; un arte accesible a todo el mundo, más allá de las barreras de la educación y el arte”<sup>xiv</sup>.

La representación de los objetos banales era un elemento sintomático de este movimiento. Su inclusión en las creaciones no era una manera arbitraria, mas bien se pretendía cambiar la percepción del objeto o incluso despertar otro punto de vista sobre el mismo. De ahí que la utilización de comics, estrellas del espectáculo, aunado a materiales poco tradicionales y objetos de consumo justifica lo kitsch de lo que se nutre el pop. “Desarrollan estéticas en las cuales predominan el carácter figurativo, la dramatización, el eclecticismo y la saturación visual”<sup>xv</sup>. A ello se le suma una suerte de supremacía de lo trivial frente a lo sublime que dieron al traste con la utilización y representación de imágenes banales descontextualizadas de sus espacios cotidianos y llevadas al ámbito artístico. Esto representaba sin dudas un ataque al yo y a la subjetividad que abanderaba la pintura tradicional para centrarse en temas que aludían a la cotidianidad y a lo popular.

El acentuado interés en los ídolos del espectáculo era una cualidad del pop. Pegatinas, carteles, calendarios con imágenes grandes y afiches ganaron su lugar en las habitaciones de muchos jóvenes, pero también en espacios comunes como salas o pasillos de hogares. Todo ello como resultado de la visualidad que generó la publicidad con las campañas lanzadas por las grandes industrias de la imagen para dar a conocer a sus estrellas. Estos objetos podrían ser tildados de kitsch en el panorama íntimo de un hogar como parte de su decoración, sin embargo, alcanzaban coherencia en las obras pop. Su factura enigmática se complejizaba a partir de las técnicas utilizadas por los artistas.

“representar ídolos de la gente joven de la época, ídolos cuya popularidad sin precedentes estaba mediatizada hasta el punto de que no había sido posible sin las técnicas de la reproducción visual masiva encanadas por los nuevos medios del cine y la televisión”<sup>xvi</sup>

De modo que las obras pop marcaban una trascendencia a nivel visual, por reunir elementos inconexos mediante el *collage*. A nivel conceptual aludían a un cambio de percepción o mas bien apuntaban a una nueva mirada sobre el objeto en sí. Mientras que a nivel práctico incluían técnicas de reproducción que usualmente se empleaban en otros ámbitos. Estos tres elementos favorecían la resignificación del kitsch, que no solamente evidenciaba su negatividad, sino que de ella podría despertar reflexiones y opiniones sobre el arte y la vida, cuya coherencia resultaba cada vez más interesante.

El kitsch se favoreció del realce de la belleza que fue socializada y distribuida como lo bonito. De este modo, los productos de consumo y la publicidad aseguraban una suerte de embellecimiento del mundo, trastocando el propio concepto de belleza. Lo sublime fue despojado de su trono y desde ahí se reconfiguraron las valoraciones estéticas aseguraban la connotación de otros valores que no habían tenido tanta relevancia. La estética de la negatividad, de lo grotesco, vulgar, feo y banal alcanzaba sentido promoviendo una mirada polémica y renovadora sobre el mismo. El kitsch con sus continuas reinterpretaciones parecía responder a este discurso, cargado de significación tanto como fenómeno social y cultural, como expresión para el arte, lo que cuestionaría su ambivalente negatividad.

Una explicación para ello se halla en entender que la sensibilidad humana comprende un sistema valorativo que evoca a los pares semánticos. El sentimiento y las emociones afloran máxime cuando existe una intuición ambivalente regida por el gusto. Desde esta óptica se recriminan posturas y concepciones de acuerdo a normas sociales que pueden ser reconfigurada según épocas y culturas. En este sentido la negatividad se destapa como un aspecto también esencial dentro del pensamiento estético como parte de su sistema valorativo y axiológico.

Siendo así, es posible distinguir la preocupación de Theodore Adorno (2006)<sup>xvii</sup>, cuando apelando a la negatividad se apoya en entender las obras de arte desde su misma negatividad *a priori*, en su sentido de relación inverso a la realidad de la que son producto. Aun así, el arte no esconde lo negativo, más bien lo resignifica con técnicas, conceptos y formas que en una sola pieza podría despertar sentimientos encontrados. En ocasiones, esto hace que el espectador mire con recelo, extrañamiento y disgusto una obra que raya en lo banal, al resumir pasajes cotidianos cargados de sensibilidad. Esto en primer orden porque se desplaza el sentido de lo sublime al encararse la realidad misma. La reflexión estética nota cómo el *kitsch* se apropia de la imitación, de la copia, de lo falso y de lo artificial para a partir de ella generar discursos desde “un nuevo nivel de interés [que] representan una experiencia diferente del arte y la creatividad”<sup>xviii</sup>. Estos aspectos invitan a pensar en que la negatividad del kitsch se halla en la manera de

abordarse desde un pensamiento moderno y entender sus guiños de legitimidad y discriminación en lo largo de su historia.

## Conclusiones

El kitsch como fenómeno sociocultural debe de entenderse desde una postura polémica y crítica en la medida que ha sido resignificado circunstancialmente. Presente no solo está en los objetos, sino en formas y estilos de vida que han sido referenciados en el arte, pero que aún hoy con ayuda de las nuevas tecnologías se mantienen firme.

Su ambigüedad radica en la construcción de sentido que al vincularse con lo cotidiano se expresa mediante el poder de las imágenes, de las apariencias, de la espectacularidad. Esto ha sido registrado por practicas artísticas como el Pop art como una manera de reflexionar sobre las banalidades de la vida. De modo que deconstruye el significado de los objetos en ámbitos comunes para emplazarlos en el ámbito artístico. Esto llevaría a fundamentar el criterio de la negatividad del kitsch que terminó subvirtiéndose como parte del proceso de reconstrucción del objeto artístico. Desde estos argumentos, es posible pensar en su ambivalencia, que parte de su sesgo banal y trivial para argumentar una postura crítica ante los fenómenos sociales y culturales que vive el hombre contemporáneo.

El kitsch parece haberse encerrado en la burbuja del mal gusto y de lo banal, sin embargo, es la dispensa desde el pensamiento estético y artístico para repensar con un ojo crítico y reflexivo su ambigua negatividad.

---

<sup>i</sup> Olalquiaga, C. (2014). Sagrado kitsch. In *Megalopolis: Contemporary Cultural Sensibilities*

<sup>ii</sup> Radulescu, M. (2014). Nota introductoria de Sagrado kitsch. *Revista De Estudios Interdisciplinarios De Arte Y Cultura*, 1, 89-105. P.90.

<sup>iii</sup> Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México: Itaca.

<sup>iv</sup> Moles, A. (1990). *Kitsch. El arte de la felicidad*. Barcelona: Paidós.

<sup>v</sup> Véase: Moles, 1990.

<sup>vi</sup> Moles, 1990 p. 29.

<sup>vii</sup> Véase: Moles, 1990.

<sup>viii</sup> Véase: Debord, G. (1995). *La sociedad del espectáculo*. Santiago de Chile.

<sup>ix</sup> Véase: Lipovetsky, G. (2000). *La era del vacío. Ensayo sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.

<sup>x</sup> Collingnon, M. (2013). Afectividades y sexualidad entre los jóvenes. Tres escenarios para la experiencia íntima en el siglo XX. In R. Reguillo (Ed.), *Los jóvenes en México*. México: FCE, CONACULTA. P. 299.

<sup>xi</sup> Moles, 1990, p. 27

- 
- xii Véase: Eco, U. (2007). *Historia de la fealdad*. Barcelona: Lumen.
- xiii AA.VV. (2001). *El arte del siglo XX (parte I)*: TACHEN. P. 303
- xiv *Ibidem* 305
- xv Véase: Radulescu, 2014
- xvi AA.VV., 2001, p. 307.
- xvii Adorno, T. (2006). *Mínima moralía: reflexiones desde la vida dañada*. Madrid: Akal, Obra Completa 4.
- xviii Radulescu, 2014, p 112.