

V
KITSCH

Kitsch es término de compleja significación. Se refiere a objetos, actitudes, modos de estar y de comportarse, indumentaria, etc., hasta el punto de que constituye un mundo o se predica de un mundo. Algunos autores prefieren hablar de los objetos *kitsch*, otros lo hacen del estilo, otros consideran que es una actitud. Son *kitsch* los objetos de mal gusto que a pesar de su mal gusto, y muchas veces por él, se muestran como ejemplo de la belleza y del buen gusto. Al decir de algunos autores, de Adorno por ejemplo, es *kitsch* la música sinfónica reproducida en discos, como lo son las reproducciones de obras famosas que cuelgan de muchas paredes. Lo es el calendario con láminas de pintura impresionista no menos que la ropa de Moschino. Y suele decirse que la estética de las películas de Almodóvar es una estética *kitsch*, y esto no se dice con sentido peyorativo. *Kitsch* son los labios pintados en exceso y el maquillaje estridente, también los chalecos floreados o el peinado desmesurado. La peineta y la mantilla son *kitsch* y lo es el vestido de volantes o la flamenquería a la moda. Son rasgos del pasado que todavía permanecen y que se quieren ofrecer como si al presente pertenecieran.

Cuando decimos *kitsch* pensamos en algo vacío que, sin embargo, puede tener su encanto, no tanto porque lo posea en sí mismo cuanto porque nosotros disfrutemos con la perfidia de exhibirlo como obra de arte y, así, con la marca de la plenitud. Es *kitsch* la sentimental figurita de porcelana que se coloca sobre la televisión o en ese mueble de estantes que en muchos hogares sustituye a la inexistente librería, pero no lo es para el que lo coloca y, considerándolo adorno más que apropiado, brilla en su sentimiento por ella. Somos *kitsch* nosotros, conscientes de su mediocridad estética, de su nulidad, cuando apostamos por la paradoja sofisticada de exhibirla como obra. Pero lo somos, entonces, con el guiño del que lo sabe y siendo consciente se divierte y se convierte en figura cómica, cuando no grotesca.

No todos estarán de acuerdo con estos ejemplos, y otros muchos que podrían citarse. La casuística es infinita y nadie pretenderá agotarla. Lo que importa es destacar los rasgos que pueden, si no definirla, al menos acotarla. Por lo pronto, poniendo de relieve que si en ocasiones tiene un sentido peyorativo, en otras no lo es tanto y que lo *kitsch* puede ser material para la creación de obras de arte. No es ni lo feo ni lo horrible, tampoco lo mal hecho.

El *kitsch* es lo contrario de lo auténtico, razón por la que guarda estrecho contacto con lo reproducido y, así, con la reproduc-

ción de objetos y consumo en serie, notas propias de una sociedad industrial. No convive bien con los productos artesanales —aunque no los excluye totalmente— y menos aún con lo que se llama “obra única”, la que se dota del aura de su autenticidad exclusiva. Es más proclive a lo vacío, a lo hueco, pero con apariencia de estar lleno. Se sirve de la fórmula, pero la emplea con pretensión de originalidad, tal como con toda brillantez supo mostrar Eco en su ya clásico análisis de *El viejo y el mar*, de Ernest Hemingway. Carece de potencia, pero simula tenerla y es, entonces, acomodaticio. Si el arte nos propone mirar las cosas de otra manera, descubrir lo desapercibido y enriquecer nuestra sensibilidad, el *kitsch* rehúye semejante esfuerzo, aunque simule realizarlo. La idea estética nos mantiene en tensión, pero nada es más contrario a la tensión que el *kitsch*. La duplicidad parece uno de sus componentes más firmes, quizá por eso parece terreno abonado para la ironía.

Capítulo 20: LA BELLEZA DEL KITSCH

El lector de Broch puede quedar sorprendido ante afirmaciones como la siguiente: "el *kitsch* persigue un trabajo 'bello', no 'bueno', y, por consiguiente, fija su interés en el efecto estético"¹. Siempre se ha pensado que lo propio del artista era su pretensión de belleza, no su pretensión de bondad, más adecuada para el santo. La concepción de Broch resulta, sin embargo, clara (y pertinente) en el contexto de su teoría general del que demonina "sistema de valores en el arte".

Un sistema de valores resulta de un acto de modelar, de dar forma. Es una estructura constituida por una multitud de actividades orientadas hacia un mismo objetivo, del que reciben su valoración ética o no-ética. El sistema de valores de una colectividad marca lo aceptable y lo inaceptable, valora positiva o negativamente esto y aquello. El griego, escribe Broch, calificó de bárbaro todo aquello que se encontraba fuera de sus fronteras, y con toda seguridad esta actitud respondía a un sistema de valoración. El sistema de valores "defiende" la identidad del colectivo que lo ha construido rechazando cualquier otro sistema, adoptando una posición conservadora para todo lo que pueda venir de fuera. Trata de repetirse y mantenerse en la repetición, aunque constantemente está sometido a las "asechanzas" de otros sistemas. Su defensa a ultranza, sin variaciones, es una manifestación de dogmatismo².

La paradoja surge al tomar conciencia de que, para estar vivo, un sistema de valores tiene que cambiar. Para atender a sus fi-

¹ Hermann Broch, *Poesía e investigación*, Barcelona, Barral Editores, 1974, 426.

² "Si pretendemos llegar al núcleo de la cuestión, hemos de admitir que todas y cada una de las visiones del mundo responden a un determinado sistema de valoración o, dicho en otras palabras, que, en cada caso concreto, nos encontramos con determinadas exigencias y directrices operacionales, todas las cuales pretenden, como objetivo último, sustituir el mal estado actual por otro mejor. El militar pretende asegurar las mal protegidas fronteras de su patria y ampliar su territorio; el industrial está empeñado en consolidar más y más su empresa; el científico se siente movido por el deseo de acrecentar el parco patrimonio intelectual del mundo; el hombre religioso desearía ver instaurado en la Tierra el reino de Dios. Se trata evidentemente de visiones del mundo correspondientes a muy dispares enfoques, pero ya he contado con este detalle porque, no obstante, todas ellas tienen algo en común: todas ellas están sometidas a una rigurosa exigencia ética, y el objetivo de esa exigencia ética radica en lo absoluto y en lo infinito, elemento esencial de todo criterio ético (...). Pero lo absoluto es siempre una construcción, se limita a marcar la dirección del camino infinito y es en sí mismo inalcanzable como tal", *ibid.*, 266-267.

nes, para alcanzar los resultados a los que se encaminan sus acciones, tiene que cambiar, ajustarse, desarrollar nuevas técnicas... Cambiará por su transformación interior o por la influencia exterior de otros sistemas, incluso por las consecuencias renovadoras que la resistencia a otros sistemas suscitan. De cualquier manera que sea, el sistema de valores necesita de la creación, sólo así continúa siendo efectivo y evita el acartonamiento.

Ante un sistema de valores —en el que se encuentra inmerso al formar parte de la colectividad— el artista puede optar por una de estas dos posibilidades: reproducirlo o innovarlo. Reproducirlo es imitarlo, y hacerlo de forma que resulte agradable, es decir, bello; en esto consistirá su aportación artística. En la imitación del vigente sistema de valores se encuentra el público a su gusto, pues no tiene que hacer esfuerzo alguno para reconocerlo —y reconocerse— en las obras. El *kitsch* busca la belleza, escribe Broch, la obra bella, no la obra bien hecha. Ha elegido la estética en lugar de la ética: la obra bella no es sino la repetición agradable de lo que está ya dado. El *kitsch* es dogmático, pero esconde la dureza propia del dogmatismo —la dureza que impide cambio alguno— en la blandura de la repetición.

Y, sin embargo, la repetición no puede ser, sin más, la pura y simple imitación. El arte *kitsch* está dedicado a todos, para que todos se reconozcan en él, reconozcan el sistema de valores vigente. Ahora bien, la originalidad es rasgo propio del sistema de valores del mundo occidental —y del arte occidental en la modernidad—. El límite de la imitación es la originalidad: la imitación tiene que parecer original —y esta es una pretensión contradictoria, imposible— para que así sea aceptada como nueva, como llena de algo nuevo, aunque es vieja y está vacía.

La originalidad debe ser fruida por todos como un ingrediente más que está a disposición. Pero lo original no puede estar a disposición, por su misma naturaleza es nuevo y requiere esfuerzo para dominarlo. El *kitsch* elude cualquier esfuerzo, debe ser consumido rápida y eficazmente, a fin de que otro objeto, otra imagen *kitsch* ocupe con rapidez su lugar y la cadena de consumo no se interrumpa. Poner la obra a nuestra entera disposición, en nuestra casa, para que ni siquiera tengamos que hacer el esfuerzo de ir a verla, ofrecémosla como lo más normal, en el curso de la vida diaria, es la condición que al *kitsch* le corresponde y que los medios de comunicación de masas y las nuevas tecnologías parecen dispuestos a satisfacer.

Desde fuera, precisamente por tal pretensión de originalidad (ficticia), el *kitsch* resulta artificioso. Mas, para quien los disfruta, ese artificio es la prueba de su artísticidad: testimonio, a la vez, de la actividad creadora del artista y de la capacidad receptora, de la sensibilidad artística del público. Con ella escapa, ficticiamente también, al mundo cotidiano del trabajo y entra en el más selecto de la belleza. La figurita que se exhibe sobre el tele-

visor es la prueba de que su propietario tiene gusto y que su vida no está alienada en el trabajo. Encuentra así arte sin tener que vencer resistencia alguna.

El *kitsch* cumple un papel social integrador como deriva de lo interesante. Aún más, ese papel social ocupa el lugar que podía tener el conocimiento, un modo nuevo de mirar. La figurita de porcelana o el enano en el jardín no nos impelen a mirar de manera diferente las cosas, sólo son el signo de que sus propietarios tienen sensibilidad y gusto. Pero disfrutar de objetos que sólo son signo es la manifestación más clara de que se carece de tal sensibilidad y gusto, pues ambos se fundan sobre aquella capacidad de manera muy diferente.

Esta originalidad ficticia no es otra cosa que el efecto. El *kitsch* busca producir efecto estético, es propio, así, de aquellas artes que, como la ópera, por su carácter espectacular necesitan del efecto, al menos de una parte de él: "hay que hacer constar que sin una gotita de *kitsch*, sin un poco de efecto, no puede haber arte alguno, que para el teatro el efecto es un componente artístico y sustentador, y que incluso hay toda una modalidad artística, por cierto específicamente burguesa, la ópera, en la que el efecto constituye el auténtico elemento constructivo"³. Mas el efecto conduce a la acumulación de efectos, al abigarramiento, y lo que era una "gotita" pasa a convertirse en todo un paisaje.

Broch analiza el *kitsch* en dos perspectivas complementarias, sistemática una, histórica la otra. En la primera señala cuáles son sus notas principales: la imitación, la inautenticidad, el efecto..., el predominio de lo bello sobre lo bueno. En la segunda se interroga por el origen y desarrollo del *kitsch*, al que sitúa en el marco del apogeo de la burguesía y en una época que, afirma, carece de estilo. Ambas perspectivas están profundamente enlazadas en sus escritos, somos nosotros los que las distinguimos.

Tenía en mente las manifestaciones del historicismo artístico en el que fue tan pródigo el siglo XIX y concluyó que la imitación era su rasgo central. El artista decimonónico fija su mirada en el pasado y en lugar de crear un estilo nuevo, propio, se sirve de los ya existentes, a los que utiliza, que reproduce con mayor o menor fortuna. En este sentido, Broch enlaza con una tradición intelectual vienesa que tiene en autores como Loos y Kraus algunos de sus más preclaros representantes. También ellos se preocuparon, cada uno a su manera, por el *kitsch*; por el *kitsch* de la indumentaria, el entorno y, en general, la vida cotidiana, Loos; por el *kitsch* del lenguaje, de las palabras, de los discursos y de los escritos, Kraus. El cliché lingüístico resulta de la aplicación de fórmulas, verdaderas recetas hechas y repetidas, que expresan mal, aunque de modo "efectivo", aquello que de la realidad

³Ibid., 427.

se dice. Aún más, en el seno de tales fórmulas, la realidad se ha perdido de vista. La ornamentación recargada, que emplea estilemas propios del arte del pasado, la arquitectura monumental que combina formas estilísticas de las más diversas procedencias, la indumentaria agobiante, elaborada y suntuosa, que oculta y transforma según pautas que nada deben al cuerpo, son manifestaciones cotidianas del *kitsch*. Su crítica está en los orígenes mismos de esa revolución que supuso el arte contemporáneo en los primeros años del siglo XX.

El *kitsch* se presenta como lo inadecuado: aquellos estilemas, aquellas formas, respondían a manifestaciones singulares que tuvieron su momento. Surgieron y se desarrollaron según una necesidad lógica (interna) que ahora, en la mera combinación, desaparece por completo. Frente a su necesidad, su efecto. Precisamente porque carecen de necesidad alguna que no sea la del efecto, pueden ser consumidas con rapidez, como de hecho lo son.

En un largo y penetrante estudio sobre Hofmannsthal, ha puesto de relieve Hermann Broch los ejes que marcan la evolución artística del siglo XIX y el papel jugado por Austria en este proceso. No es este el lugar adecuado para volver sobre la lucidez de su análisis, sólo constatar que en él encuentra el *kitsch* explicación histórica adecuada y queda sugerido alguno de los motivos que ha impulsado el nuevo interés por Viena. Si la arquitectura puede captar el espíritu de un período histórico, el de la segunda mitad del siglo XIX "fue sin duda uno de los más pobres y tristes de la historia de la humanidad; fue el período del eclecticismo, del falso barroco, del falso renacimiento, del falso gótico"⁴.

"Falso" es término fundamental para comprender el *kitsch*. Es concepto que permite articular bien la que denominé doble perspectiva de Broch en su acercamiento al fenómeno. Lo falso de la arquitectura, de la literatura y el teatro no responde sino a la falsedad sustancial que respecto al sistema de valores se establece. Si la creación artística es vida, el *kitsch* es muerte:

"La poesía (...) no crea realidad alguna, no crea moralidad alguna; no obstante, para poder subsistir tiene que mantenerse en constante relación con una y otra, y alimentarse de ellas, si es que pretende satisfacer sus pretensiones simbolizadoras. Cuando desaparece la poesía, lo humano degenera, degenera lo moral, degenera el símbolo, degenera el idioma, degenera la realidad. Incluso cuando el rito del símbolo moral se ha convertido en una perfecta y noble institución, como, por ejemplo, en la monarquía imperial, en la Iglesia, la poesía tiene

⁴Ibid., 67.

también que contribuir a mantenerlo en vida, pues tarea de la poesía es la constante creación del mundo. Y este es el secreto de la tarea primera que le fuera asignada, por la que está aquí, el secreto del ritual moral, el secreto de la nueva creación, y se realiza como modelización y visualización del símbolo, como orden del símbolo, como 'imagen' de la esencialidad del símbolo⁶.

La imitación del sistema de valores vigentes, su pura y simple reproducción, elude la relación con la realidad y la moral que la poesía necesita. El arte deja de crear valores, sólo los imita. Broch considera que esta es la forma en la que el mal aparece, pues el valor es la superación de la muerte. Todo valor apunta a esa superación y en su virtud se construye. El *kitsch* se declara vencido de antemano y en lugar de crear valores nuevos, luchar contra la muerte, contra el mal, acepta lo trillado y ya realizado: "en el *kitsch* lo devenido y lo 'trillado' aparecen una y otra vez en primer plano; en otras palabras: el arte *kitsch* —y una gira por las salas de exposiciones bastará para comprobarlo— estará siempre sometido a la influencia de lo pretérito, no captará sus 'vocablos de la realidad' directamente del mundo, sino que empleará vocablos 'prefabricados', que se convertirán en esquemas rígidos poniendo de manifiesto con ello su *nolitio*, su falta de buena voluntad, su incapacidad para crear un mundo de valores⁷.

Se indicó antes, a propósito de ejemplos concretos, que una de las claves del *kitsch* es lo inadecuado en la combinación y, con ella, la falta de respeto a la necesidad lógica que cada forma y cada estilo llevan consigo. Podemos desarrollar ahora esta hipótesis en un sentido más radical.

Lo inadecuado no lo es sólo en la combinación de formas y estilos, lo es también, y ante todo, en aquella relación que con sus diferentes modalidades ha venido caracterizando las diversas categorías estéticas, la de lo infinito y lo finito. Si lo sublime se hallaba en la aspiración a lo infinito, absoluto, y lo cómico era posible en la diversidad de perspectivas que superioridad e inferioridad —finito respecto a infinito, respecto a...—, el *kitsch* surge en la pretensión de transformar lo finito en infinito, convertir la imitación de lo dado en idea estética, la que obliga a pensar, lo vacío en plenitud, la comodidad en tensión...

Un tema colateral merece ser atendido antes de abandonar a Broch: el arte de tendencia. En el panorama de la historia del arte del siglo XX, el que se llama arte de tendencia cobró una importancia considerable y suscitó abundantes debates. A primera vista pudiera parecer que, en tanto que sigue pautas y va-

⁶ Ibid., 181.

⁷ Ibid., 427.

lores establecidos (por la tendencia), tendría que ser *kitsch*. Ahora bien, argumenta Broch, siempre ha habido arte de tendencia, no sólo en nuestro tiempo, y no por ello ha sido *kitsch*. Lo hubo en la Edad Media, cuando estaba supeditado a la religión, en el siglo XVIII, con la poesía didáctica, en la actualidad, con el arte comprometido.

El arte de tendencia no es necesariamente *kitsch*, pero sí es proclive al *kitsch*. El sistema de valores del arte carece de un tema propio, todos lo son. Su relación con la realidad y la moral es todo lo abierta que pueda ser, y los asuntos de otros sistemas de valores, de sistemas ajenos, le conciernen en su totalidad. Supone Broch un cierto desajuste entre el sistema de valores y la realidad —un desajuste que, por otra parte, explica la necesidad creadora de los sistemas—, de tal modo que cuando el arte comprometido se atiene a una tendencia se encuentra ante dos opciones: atender sólo a la tendencia y ajustar la realidad a lo que ella afirma, o atenerse a la realidad “tal como es”, por encima y más allá de ese ajuste. En el primer caso, el dogmatismo será la razón del *kitsch* del arte de tendencia, pero no sucederá lo mismo en el segundo: “Ciertamente que no se puede prohibir al artista que presente socialistas, patriotas, deportistas y personas religiosas; no se le puede prohibir que describa situaciones que reclaman soluciones socialistas, belicistas o pacifistas —en este sentido, la obra de Hauptmann, *Los Tejedores*, es auténtica poesía tendenciosa—, sino que incluso el artista viene obligado a presentarlos, pues el mundo tiene que ser en todos sus aspectos tema para un ‘naturalismo ampliado’, pero precisamente a este naturalismo ampliado y a su veracidad les está prohibido, por ser el único criterio del arte autónomo, contemplar los sistemas de valores si no es como objetos de una descripción veraz: el artista tiene que presentarlos en su desvinculación, en su vivo proceso de desarrollo, ‘tal como son realmente’, no ‘como él desea que fueran’ o como ellos mismos pretenden ser, circunscritos a lo finito, concretados en una forma en la que jamás pueden concretarse”.

¹ Ibid., 426.

Capítulo 21:

EL HOMBRECITO ES LA MEDIDA DE TODAS LAS COSAS

“El hombrecito es la medida de todas las cosas” es título de uno de los epígrafes del libro que Abraham Moles dedica al *kitsch*, un texto que ofrece una panorámica bastante completa del fenómeno y es buen síntoma del camino que han seguido en la actualidad los estudios sobre el *kitsch*.

El punto de vista de Broch está presente en toda la literatura posterior, pero no cabe duda de que desde su muerte en 1951 la producción de *kitsch* ha aumentado de forma considerable, se ha difundido la actitud *kitsch* y todavía tiene vigencia un arte, el Pop-Art, que no desprecia ni rechaza el *kitsch*. Por todo ello se han introducido matices en las teorías originales y la actitud apocalíptica ante el fenómeno, para utilizar una expresión de Eco, ha cambiado.

El aumento desmesurado de la producción de *kitsch* corre paralelo con el desarrollo de los medios de comunicación de masas y de la sociedad de consumo. Moles considera que el *kitsch* está directamente conectado con el consumo y con la nueva relación entre el hombre y las cosas que el consumo propicia. Consumir es, escribe Moles, “*ejercer una función, que hace desfilar a lo largo de la vida cotidiana un flujo siempre acelerado de objetos, entre la fábrica y el cubo de basura, entre la cuna y la tumba, condenados necesariamente a lo transitorio, a lo provisorio. Al contrario del siglo XIX, el objeto es ahora perpetuamente provisorio, el objeto se transforma en producto, y esta es la nueva modalidad kitsch*”¹.

Las características de la producción en serie y de la reproducción técnica estaban presentes en los estudios tradicionales sobre el *kitsch*, pero no constituían el centro preferente de atención. Ahora no se olvida la inautenticidad —el *kitsch* “es la negación de lo auténtico”, afirma Moles en el capítulo primero de su libro—, pero el problema de la reproducción técnica y de la producción masiva en serie son un referente obligado.

La cuestión no se limita, creo, al problema técnico. Pienso que no depende exclusivamente del desarrollo técnico, aunque esta sea una condición necesaria, sino de la naturaleza de lo que la técnica produce para el consumo y del consumo mismo. Aunque Benjamin se planteó el problema de la obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica y llamó la atención sobre la dis-

¹A. Moles, *El kitsch*, Barcelona, Paidós, 1990, 25.

par actitud receptiva del público para con el arte producido técnica e industrialmente y el arte de naturaleza artesanal, la obra única², no podía sospechar el incremento y la profusión de los medios de comunicación, el papel que jugaría la TV en la vida cultural, ni la intensidad de la reproducción y de la repetición. Desde mi punto de vista, semejante intensidad no implica sólo un cambio cuantitativo respecto al pasado —la época anterior a la Segunda Guerra Mundial—, sino también cualitativo, en el seno del cual cobra todo su sentido el titular de Moles.

A Benjamin le preocuparon la reproducción técnica y las transformaciones que para la obra de arte suponía este fenómeno. Lo abordó en dos marcos complementarios, aunque distinguibles. El primero afecta a la cuestión del "aura", el segundo a la disparidad mencionada.

Por lo que hace al aura, la reproducción técnica tiene una primera y más evidente consecuencia: su desaparición. El aura desaparece cuando la obra única, a la que corresponde, desaparece pues no es rasgo de aquellas que no son únicas. Podemos decir que una pintura tiene aura, no así una película o un serial televisivo —y soy consciente de las notables diferencias que existen entre estas dos últimas creaciones, diferencias a las que después me referiré—, aquélla es una manifestación irreplicable, única, ésta puede repetirse tantas veces como se desee. El aura de la pintura, expone Benjamin, se ensambla en el contexto de una tradición y ello permite pensar que deriva de la condición ritual que el arte tuvo inicialmente: "El valor único de la auténtica obra artística se funda en el ritual en el que tuvo su primer y original valor útil"³. La reproducción técnica libera a la obra de esta tradición, con ello desaparece el aura: la obra de arte reproducida carece de aura.

Ahora bien, es necesario recordar que, a su vez, nos encontramos con dos tipos de reproducción. Por una parte, aquella que lo es de las obras únicas: se pueden reproducir fotográficamente, fotomecánicamente, utilizando el vídeo, digitalizándolas... En ninguno de estos casos es la reproducción lo mismo que la obra, su materialidad es de naturaleza diferente y esa diferencia puede ser percibida. Nunca el objeto fotográfico, por exacto que sea,

²"La reproductibilidad técnica de la obra artística modifica la relación de las masas para con el arte. De retrógrada, frente a un Picasso por ejemplo, se transforma en progresiva, por ejemplo cara a un Chaplin. Este comportamiento progresivo se caracteriza porque el gusto por mirar y por vivir se vincula en él íntima e inmediatamente con la actitud del que opina como perito. Esta vinculación es un indicio social importante. A saber, cuanto más disminuye la importancia social de un arte, tanto más se disocian en el público la actitud crítica y la frutiva. De lo convencional se disfruta sin criticarlo, y se critica con aversión lo verdaderamente nuevo". Cfr., W. Benjamin, "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica", en *Discursos interrumpidos I*, Madrid, Taurus, 1973, 44.

³Ibid., 26.

será el objeto que es el cuadro. La reproducción técnica no sustituye a la obra —a pesar de lo que afirmen las propagandas de las enciclopedias y los CDROM—, pero puede sustituir su recepción: contemplar una diapositiva en lugar de la pintura, poner un vídeo o colocarse ante la pantalla del ordenador en vez de ir al museo... Aunque la reproducción no sustituya a la obra, altera los modos de verla e incluso nos induce a que no la veamos (porque ya la vemos en su reproducción, se nos dice), pues estamos en condiciones de tener el museo en casa.

El caso del cine es muy diferente. Aquí no existe una obra previa que se reproduce, no hay una obra original, única, contemplada ritualmente (en el rito estético de la contemplación museística, por ejemplo), sino que la película, industrial y técnicamente producida, es la obra. No es lícito hablar de reproducción técnica con el mismo sentido que en el caso anterior. Se contempla, se ve —el término "contemplar" se guarda para la visita a los museos—, en una sala cinematográfica o en un aparato de televisión. Esta segunda forma de visualización acaba con los pocos restos de ritualidad que podían quedar.

Podríamos decir que el aura del entretenimiento (propia de una sociedad industrial) sustituye al aura de la autenticidad (propia de una sociedad agraria) si no fuera por dos razones: primero, porque la noción de aura, tal como Benjamin la expuso, es propia de la autenticidad y está reñida con el entretenimiento (que excluye la seriedad que lo aurático y auténtico exige), y segunda, y a mi juicio más importante, porque también en el ámbito del entretenimiento cinematográfico se han creado obras con aura de autenticidad: el *Kane* de Welles, los *Senderos* de Kubrick, *Corleone* de Coppola, etc. Quizá en este punto se revele uno de los rasgos de la concepción benjaminiana de la mirada: siempre buscó en ella lo que para él era primordial, una forma de nombrar; nunca un autor se ocupó tanto y de manera tan original de las imágenes, pero siempre pretendió que en ellas cristalizaba un nombrar que se parecía en exceso al concepto, al verbo. Posiblemente por eso no podía concebir autenticidad en miradas que, como las cinematográficas, no nombran: todo lo que representan está nombrado de antemano, esa es la materia prima de su trabajo.

Estas películas no se consumen. Su permanencia es la de los clásicos, condición que adquieren en un tiempo mucho más corto del que aquéllos tradicionalmente exigieron. Tampoco se repiten, ni se crearon en la pretensión de una "repetición original", *kitsch*. No imitan el sistema de valores establecido, en el sentido de Broch.

El consumo, sin embargo, acude en pos de la originalidad falsa y se satisface con ella. El fenómeno es, respecto a lo que vio Benjamin, nuevo. Las teleseries, los anuncios, consolidan contumazmente un sistema de valores que se proclaman a todas horas y en todas partes: como el hilo musical, constituyen el ruido

de fondo de nuestra existencia cotidiana. Las obras que en él destacan —y el hilo musical debe combinar la repetición con la originalidad a fin de lograr un efecto que no sea excesivo, en cuyo caso nos distraería de nuestras ocupaciones, de nuestro trabajo— no alteran las pautas que ese ruido de fondo expresa, simplemente llaman la atención sobre sus efectos. Su novedad, tal llamar la atención, no es suficiente para romper el efecto de embotamiento y amortiguación que el hilo musical consigue. De esta manera, cuando se cree que se ha salido de él, es cuando más dentro se ha metido uno. Cuanto más hombrecito se es, más hombre cree uno ser.

Pero también aquí corre el *kitsch* el riesgo de transformarse en su contrario, lo grotesco. Un riesgo que el paso del tiempo cumple con inusitada crueldad y certeza. Llevado por su necesidad de efectos, extrema cada vez más la falsa originalidad, hasta el punto de que puede llegar a mostrar la condición estrictamente imitativa y gesticulante, el ritmo artificioso de la fábula: aparece entonces la deformidad de la obra toda, percibida como grotesca. Lo grotesco saca a relucir lo artificioso del *kitsch* en cuanto tal y, así, poniéndolo en primer plano, impide que creamos su originalidad. Si tras ese paso lo aceptamos, ello es con pleno conocimiento de causa y en la pretensión de una ironía que anula sus efectos.

Este recurso, que necesita de la reproducción técnica para producirse, no cuenta sólo con ella: requiere también la estilización descarnada que el “siempre más” de lo banal a consumir termina originando en la repetición. Sólo entonces descubre el hombrecito sus dimensiones y deja de ser aquello que las cosas le habían augurado, sólo entonces se transforma en ser humano. Su humanidad se funda en la ironía que es capaz de desplegar, y ésta le tiene a él mismo como su primer y principal objetivo.