

Navidades y Kitsch

KITSCH es uno de esos términos intraducibles —procedente del alemán, todas las lenguas lo han adoptado tal cual— que uno sabe más o menos a qué objetos o situaciones aplicar, pero del que resulta siempre difícil dar una definición satisfactoria. Lo que no significa que no se haya intentado más de una vez; ahí está, por ejemplo, el ensayo pionero de Hermann Broch, quien lo asimiló a una forma de falsificación artística, presente —en mayor o menor grado— en toda creación; ahí están también los ensayos posteriores de semiólogos y sociólogos como Dorles, Umberto Eco, Barthes, Moles y Wahl, quienes han llegado incluso a establecer una tipología sintáctica y semántica del **kitsch**.

Una definición vulgar que podría valerlos es la de "estética del mal gusto", pero presenta también sus dificultades por cuanto "mal gusto" presupone la existencia de un hipotético "buen gusto", concepto, como sabemos, culturalmente relativo. En cualquier caso, el mal gusto no sería sino un elemento más entre los que componen el **kitsch**. Como lo es también el carácter sucedáneo de los objetos que integran ese particular universo.

A pesar de las evidentes dificultades de definición, todo el mundo es capaz de entender lo que significamos cuando decimos, por ejemplo, que existe un **kitsch** vaticano —valgan como botones de muestra las "pietās" o los "moisés" miguelangescos de tamaño de bolsillo y material plástico imitando mármol—, un **kitsch** "misionero" — toda esa panoplia de objetos exóticos que se traen para las rifas de beneficencia nuestros "evangelizadores" — o cuando citamos como lugares privilegiados del **kitsch** (o de lo **kitsch**, pues también al género del sustantivo alcanza la ambigüedad del término): Venecia, París, Hollywood, Hong-Kong o Lourdes, o, si queremos precisar más, las tiendas de "souvenirs" de cualquier latitud, los cementerios —el **kitsch** funerario es especialmente notable— y, dentro del género erótico, las "sex-shops" de Amsterdam o Copenhague con sus complementos o sucedáneos sexuales de fantasía.

Ahora bien, justo es decirlo, al no conocer este fenómeno ningún tipo de fronteras ideológicas, tan **kitsch** como una torrecilla Eiffel con caja de música o una imitación en tres dimensiones de la Venus de Botticelli montada sobre su-

concha-cenicero puede resultar una estatuilla-pisapapeles de Vladimir Illich Lenin con barbilla prominente y empuñando con la diestra un ejemplar de "Pravda".

Todo esto parece bastante claro, mas por si todavía le quedaba a alguien la mínima duda sobre posibles aplicaciones de la etiqueta **kitsch**, Televisión Española iba a encargarse de despejar la incógnita gracias a una inimitable lección práctica, transmitida uno de estos días en programa de sobremesa.

Prado del Rey invitó especialmente a una "artista" —así la calificó la presentadora— para que demostrara a los telespectadores cómo los adornos navideños estaban al alcance de personas con un mínimo de imaginación, y, por supuesto, televisivo "buen gusto".

Ante la sonrisa —sonrisa **kitsch**— de la locutora, la "artista" invitada nos enseñó, entre otras maravillas, cómo una vieja media de nylon podía transformarse —¡oh poder taumatúrgico del arte!— en una flor de anchos pétalos (y además lavable, se nos precisó) y cómo, de igual manera, un zapato inservible de señora se convertía, en cuestión de minutos, en un deslumbrante objeto para decorar el árbol navideño. Bastaba untar su parte exterior de pegamento, tachonarla de lentejas —o guisantes—, rociarlo todo después con "spray" plateado y rematarlo, a modo cuasi surrealista, con un "spaghetti". Este último detalle, a discreción.

El programa de televisión no pudo ser, evidentemente, más oportuno. Y es que, efectivamente, igual que tenemos una topografía, existe también una cronología del **kitsch**, una especie de calendario, en el que las fiestas navideñas aparecen con números dorados.

Para convencernos de la importancia que alcanza el fenómeno en estas fechas, basta que nos demos un paseo al caer la tarde por una cualquiera de nuestras ciudades, iluminadas con un millón de bombillas, exactamente igual que si en Qatar no hubiera pasado nada últimamente.

¿No es, en efecto, **kitsch**, desde donde quiera que se mire, ese belén de grandes dimensiones montado en medio de un ruidoso garaje o de unos grandes almacenes? ¿No lo es ese lote de Navidad que incluye, junto a un par de botellas de whisky escocés, un jamón y un billete de lotería, una edición en piel de la "Comedia Humana" o del "Quijote" con grabados de Gustavo Doré?



La cabalgata de los Reyes Magos es como una explosión anual de lo "kitsch".

¿No son también **kitsch** esos raquíticos árboles de Navidad con flecos de plástico o esos colgajos plateados o dorados que parecen destinarse al escenario de una vulgar sala de fiestas? ¿O esos villancicos con ritmo de rumba que nos atruenan por todas partes o los christmas pintados con la boca por algún inválido?

Observemos cómo desaparecen estos días de muchos escaparates de librerías las ediciones de bolsillo y aparecen en su lugar tomos voluminosos —Enciclopedia del Arte o de las Razas Humanas— que se nos presentan en elegantes estuches y, a ser posible, cuidadosamente envueltos en celofán.

Fetichismo del estuche, del envoltorio: lo ideal sería, sin duda, una

caja lacada que, como ocurre con esas "matushkas made in URSS", contuviese otra más pequeña que encerrase a su vez una tercera, y así **ad infinitum**.

Civilización del **ersatz** (otra vez una palabreja alemana), del sucedáneo, de la rápida obsolescencia, de lo postizo (postizo como las barbas rojas o negras de los Reyes Magos o la nivea de Santa Claus, **kitsch** para el consumo infantil).

Y, como guinda que este año corona el pastel, el **superkitsch** erótico-teratológico en celuloide y a todo color de King-Kong, ese nuevo "remake" con sello de Hollywood del viejo film de Schoedsack. Su llegada tenía que ser en Navidades. ■ JOAQUIN RABAGO.