

MOSES, Abraham. O Kitsch: a arte da folhidade. São Paulo: Perspectiva, 1972

Fundamentos sociais do Design.

SEMINÁRIO 5A

Prof. Maria Irene / Prof. Marcos Braga

1. Que é o Kitsch?	9
2. A Inserção do Kitsch na Vida	23
3. Alienação e Kitsch: o Homem e as Coisas ..	31
4. Ensaio de Tipologia do Kitsch	43
5. Os Princípios do Kitsch	69
6. A Gênese do Kitsch	83
7. Vida e Literatura do Kitsch	111
8. O Kitsch Musical	125
9. Kitsch das Formas e Anti-Kitsch: o Funcio- nalismo	135
10. Crise do Funcionalismo e Neokitsch	161
11. O Conjunto de Objetos: o Display	187
12. O Gadget	205
13. Conclusão	217
Bibliografia	228
Filmografia — Discografia	231

1

QUE É O KITSCH?

"Poesie ist Leben
Prosa ist der Tod
Engeln unmschweben
Unser taeglich Brot"

"A poesia é a vida
Mas a prosa é a morte
Anjinhos revoam
Em torno do pão cotidiano"

F. KEMPNER

0-11-

I. A palavra e a coisa

O termo *Kitsch* é pouco conhecido em francês e só foi utilizado ocasionalmente na literatura científica, em particular por E. Morin (*Esprit du Temps*). Trata-se de um conceito universal, familiar, importante, que corresponde, em primeiro lugar, a uma época da gênese estética, a um estilo marcado pela ausência de estilo, a uma função de conforto acrescentada às funções tradicionais, ao superfluo do progresso.

A palavra *Kitsch*, no sentido moderno, aparece em Munique, por volta de 1860, palavra bem conhecida do alemão do sul: *kitschen*, quer dizer arrastar e, em particular, fazer móveis novos com velhos, é uma expressão bem conhecida: *verkitschen*, quer dizer trapeçar, receber, vender alguma coisa em lugar do que havia sido combinado. Neste sentido, existe um pensamento ético pejorativo, uma negação do autêntico.

O *Kitsch* é a mercadoria ordinária (*Duden*), é uma secreção artística derivada da venda dos produtos de uma sociedade em grandes lojas que assim se transformam, a exemplo das estações de trem, em verdadeiros templos.

O *Kitsch* está ligado à arte de maneira indissociável, assim como o falso liga-se ao autêntico. Segundo Broch, "Há uma gota de *Kitsch* em toda arte", uma vez que toda arte inclui um mínimo de convencionalismo, e de aceitação do agrado ao cliente, de que nenhum grande *Mestre* está isento.

Se o *Kitsch* é eterno, tem, não obstante, seus períodos de prosperidade que estão ligados a uma situação social marcada pelo acesso à opulência. Nesse caso, o mau gosto é a etapa prévia do bom gosto que se realiza pela imitação das *celebridades* em meio a um desejo de promoção estética que fica pela metade.

O mundo dos valores estéticos não se divide mais entre o "Belo" e o "Feio". Entre a arte e o conforto, instala-se a imensa praia do *Kitsch*. Revela-se em toda sua pujança durante a ascensão da civilização burguesa, no momento em que ela adota o caráter da afluência, vale dizer, o *excesso de meios* em face das necessidades. Em outros termos, uma gratuidade limi-

tada que ocorre num certo momento dessa sociedade quando a burguesia impõe suas normas à produção artística.

O *Kitsch* é, portanto, um fenômeno social universal, permanente, de grande envergadura, mas é um fenômeno latente na consciência das línguas latinas, na falta de um termo adequado para defini-lo. Destarte, dele nos aproximaremos de início e, basicamente, através de exemplos.

Não se trata de um fenômeno *denotativo* semanticamente explícito, constitui um fenômeno *conotativo* intuitivo e sutil. Constitui um dos tipos de relação que o ser mantém com as coisas, *uma maneira de ser* muito mais que um objeto, ou mesmo um estilo. Muitas vezes, falaremos do "estilo *Kitsch*", mas apenas enquanto um dos *supports objectifs* da atitude *Kitsch*. Veremos, então, a formalização desse estilo em uma época artística. Ele se tornará uma categoria com acesso às antologias e, dentro em breve, às coleções de arte. Mas o *Kitsch* precede e ultrapassa estes *supports*, ele constitui um estado de espírito que, eventualmente, se cristaliza nos objetos.

Propõe-se então um método original com vistas a captar um fenômeno social. Depois de havermos indicado cuidadosamente as modificações do quadro econômico de nossa vida cotidiana, *apresentaremos* diversos exemplos de *Kitsch*, nas áreas mais diversas da cultura de massa: artes visuais, Pintura, Escultura, Literatura, objetos, Música, Arquitetura, tudo pode servir como *portador de Kitsch* (*Kitschtraeger*).

A extraordinária convergência dos exemplos a serem apresentados, poderá portanto definir com clareza o fenômeno, independentemente de seus portadores, ainda que não se proceda à definição formal do *Kitsch*.

Mas o papel de um livro é justamente o de passar de uma conotação intuitiva, por mais importante que seja, ao estatuto científico do *explícito*. Se o *Kitsch* é um *factor estético latente*, é preciso *revelá-lo* na textura ou na espuma dos dias, como a imagem latente de uma película fotográfica. O surgimento, nas línguas germânicas, de um termo preciso para designá-lo, levou-as a uma primeira *tomada de consciência*: através da pa-

lavra, o conceito torna-se passível de apreensão, e manipulável. Daqui por diante, é este o método que seguiremos. O trajecto científico, para conhecer, começa por nomear e busca definir.

Com esta finalidade, fixaremos em primeiro lugar a natureza deste quadro cotidiano no plano económico e social, assinalando suas modificações recentes que constituem condições necessárias ao ambiente Kitchin.

II. O mundo burguês e as coisas

O papel das Ciências Sociais é reflectir a respeito da imagem do mundo em que somos levados a viver. Neste mundo, o Extremo-Occidente constitui um caso superdesenvolvido, destinado, seja ou não de seu agrado, a servir de modelo de desenvolvimento às demais regiões.

Este mundo caracteriza-se pela intervenção, entre o homem e esta sociedade, de *mediadores* cada vez mais poderosos que transformam a própria natureza de suas relações. As relações do indivíduo com o meio social passam, a partir de agora e fundamentalmente, pelos *objectos e produtos* transformados nas expressões mais tangíveis da presença da sociedade em seu ambiente, desde o momento em que tomam o lugar das "coisas naturais". A psicologia da vida social se orientará para o estudo das *relações do indivíduo com as coisas*, uma vez que estas coisas são *produtos sociais* bem mais caracterizados e mais atuais do que os seres humanos que os realizaram. Estes seres, por sua vez, reúnem a segundo plano de onde assistem à instalação de uma civilização mecânica dos *bens e serviços*.

É normal chamar *cultura* a este ambiente artificial que o homem criou para si por intermédio do corpo social, mas devemos delimitar a *extensão* deste termo. O ambiente artificial com efeito vai muito além do que os nossos falecidos professores de História chamavam a *Arte* e a *Ciência*. Para eles, a "cultura" era, basicamente, o que há nas Bibliotecas, nos Museus e nos Códices. Doravante, ela inclui todo um inventário de

objectos e serviços que levam a marca da sociedade, que são produtos do homem e nos quais ele se reflecte. A forma do prato ou da mesa é a própria expressão da sociedade, objectos portadores de signos assim como as palavras da linguagem, devendo ser considerados também neste sentido. Entretanto, estamos, por tradição, pouco habituados a uma psicologia dos copos de cristal, e a sociologia dos objectos ainda não se constituiu.

Não obstante, trata-se de um fenómeno universal. Até agora o homem habituou-se a pensar as categorias do ambiente como derivadas tanto da *Natureza* como da existência do *Outro*, e ainda pensa seu ambiente dessa maneira. Entretanto, na quase totalidade de sua vida cotidiana, a "Natureza" — de que nos falava Vigny —

*"l'impassible théâtre
Que ne peut remuer le pied des acteurs"*

— diluiu-se dando lugar a um cenário artificial de plástico, aço e vidro: o objecto, a casa, a cidade, as imagens dos meios de comunicação de massa, ocupam um campo tão extenso de nosso quadro psicológico que a própria existência da "Natureza", tal como a imaginavam os filósofos antigos, passa a ser, legitimamente, *posta em discussão*, surgindo, em termos fenomenológicos, como um *produto do artificio*. Pensemos nos "espaços verdes" fabricados com as sementes de grama Vilmorin 6d e os cuidados zelosos de um grande número de empregados e regadores, produtos altamente sofisticados da consciência fabril. Em outros termos, a "Natureza" não é mais natural, ela é igual ao objecto ou à casa, um produto do artificio. Ou melhor, a Natureza é um erro (histórico).

Quanto ao Outro, o parceiro do Eu, o testemunho da sociedade, nunca esteve é verdade tão presente em nosso ambiente de cidadãos. A cidade é criada para aumentar as *trocas sociométricas funcionais*. Contudo, pode-se indagar se sua essência fenomenológica não sofreu uma mutação que fez do Outro tanta coisa, seja o agente de serviços, seja o operário anónimo e compartimentado, seja o representante da força social, mas sempre um ser *estranho* diante do qual Eu me sinto

homo faber na rev industrial
 Criar x produzir
 introduzir o novo
 Lo copiar
 divisão da trab.

estrangeiro. "O homem comum" só existe para nós, fora algumas exceções, através dos meios de comunicação de massa que projetam e hipostatizam as imagens das celebridades, dos animadores e dos personagens da política. É ocioso denunciar a multiplicidade de seus papéis.

Em resumo, digamos que o homem conhece a sociedade muito menos pelo contacto afetivo com uma imagem concreta desta sociedade, do que pelo Outro, e cada vez mais intensamente, por intermédio dos *produtos* fabricados, que tomam o lugar da natureza, relegada aos *espaços ruralizados* longe das cidades, aos quais outrora dava-se o nome de campo, mas cujas denominações de "parques nacionais" ou de "indústrias agrícolas" parecem hoje bem mais adequadas.

Para estudar as relações entre o ser e a sociedade, parece bem mais indicado estudar as relações que o indivíduo mantém com os *mediadores* desta sociedade no interior da "concha espaço-temporal" de sua vida cotidiana, e construir o real social através das *mensagens* daí dirigidas ao indivíduo, dentre as quais os *signos* da linguagem e as imagens televisonadas são das mais importantes.

Em suma, colocaremos como quadro mais amplo deste livro:

1. *O interesse pela vida cotidiana* como elemento estatisticamente relevante de uma "proxêmica" ou "ciência do próximo";
2. *A importância do quadro material* cotidiano, como testemunha e mensagem da sociedade ao indivíduo;
3. *A universalidade de fato do artificial* em relação ao que se costumava chamar de "natural" e que hoje não passa de um termo de referência, ou de oposição;
4. *A necessidade de um estudo psicológico* das relações do homem com seu ambiente como determinante social.

É nesta rede de linhas diretrizes que podemos situar o problema do Kisch, relação cotidiana com o ambiente.

homo faber
 CONSTRUCTO
 DE INSTRUMENTOS E SIGNOS

III. Cultura e Criação

No campo da cultura assim definida, é fácil distinguir:

- um mundo dos *instrumentos*: a *transferência* ativa da natureza e sua *artificialização*;
- um mundo dos *signos* que inclui o que a tradição do século XIX chamava as artes, as ciências e a linguagem;
- um mundo dos *objetos*: portadores de signos e valores da vida cotidiana.

As relações que o homem mantém com esta esfera cultural evoluíram bastante desde o século passado. De início, ele foi *homo faber*, construtor de *instrumentos* e *signos* para libertar-se das condições impostas pela Natureza: o *artêsão* do século XIX nos dá uma imagem bastante correta desse estágio. Após o surgimento da grande indústria, o *homo faber* apresentou tendências para decompor suas atividades em uma dupla oposição cada vez mais marcada. De início, a oposição entre:

— *criar*, isto é, introduzir no mundo formas que aí não existiam: é a invenção, a do artista ou do inventor, geralmente a do intelectual, produtor de formas ou mensagens únicas ou em número restrito.

— e *produzir*, isto é, copiar um modelo já existente de maneira mais ou menos automatizada, reproduzindo indefinidamente as mesmas formas, numa tarefa cada vez mais distante da pessoa, sendo o ser humano apenas o elo mais frágil de uma *cadeia operatória*, elo em vias de ser eliminado pela automação, cada vez mais "alienado" seja como for em relação a essa tarefa, tornando-se a mesma cada vez mais fácil. A *transferência dos seres* para o setor terciário — que se reduz progressivamente a um tipo de papel funcional — ocorre de maneira cada vez mais rápida fazendo até pensar na eliminação total, em grande número de ações, do homem enquanto elo do produto, em favor exclusivo do *ócio*, do lazer, e da *criação* pura, tempos mortos a serem preenchidos, valorização da vida e da

U NITSCH



VOGUE HOMME AMOUR
 Vogue nous a mis en amour
 meilleur maître of Youth
 Voulez-vous le voir? Venez le voir
 au poste des abonnements

Felicidade pelo correio
 (versão militar e marinha).

A felicidade é a beleza, a
 beleza é a poesia: por ape-
 nas 80 centavos, viagens longas,
 longínquas, tendes direito
 a tudo (selo incluído).

EL-LO



*"Lorsque l'enfant parait, le cercle de
 famille..."* VICTOR EUGO

Bronze fotográfico de Mastroianni, ni-
 nho de Expressionismo

É A FELICIDADE



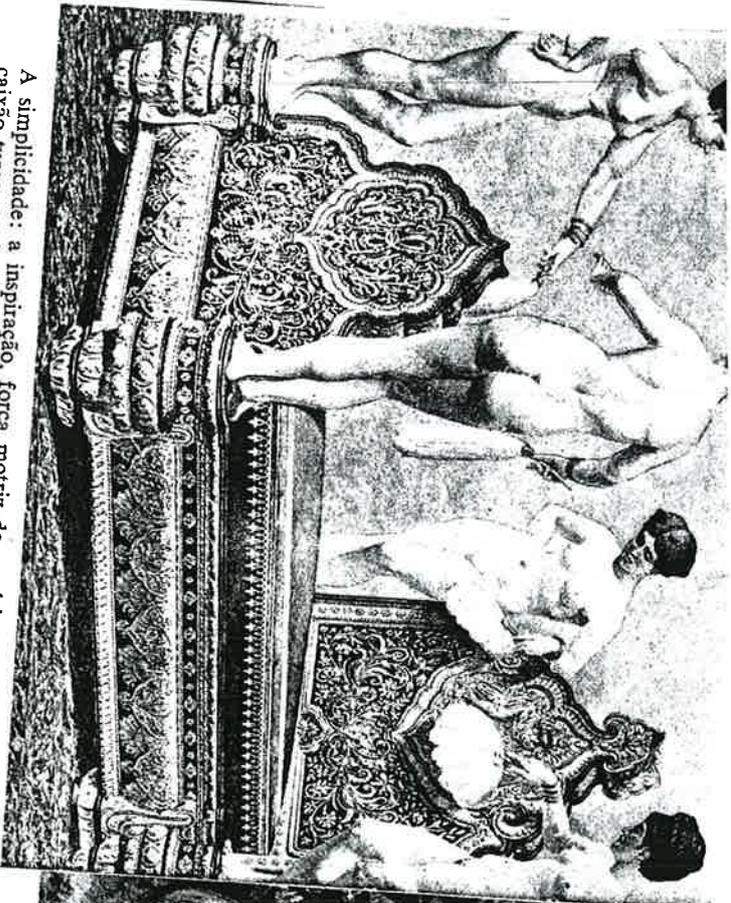
Kitsch açúcarado da carolice em gran-
 des tiragens, Kitsch amargo e engenhoso
 das mãos em prece de Düter (versão
 vivil e luz suave) transformadas em
 lâmpada de cabeceira. Aliança de
 Kitsch com a religião realiza-se no co-
 tidiano.



PRAYING HANDS NIGHTLIGHT
 glows constantly... a reassuring
 guardian light that is always
 shining softly when darkness
 falls. The low-power bulb inside
 burns for 20,000 hours... and
 for only pennies a year! Beauti-
 fully detailed in translucent
 vinyl with flesh-toned hands,
 5 1/2" high.

7334—Praying Nightlight . \$1.98

O KITSCH
 É PERMANENTE COMO O PECADO



A simplicidade: a inspiração, força motriz do cenário: leito de luxo em caixão turco, equipado com quatro uris (apreciar o trabalho do artesão).



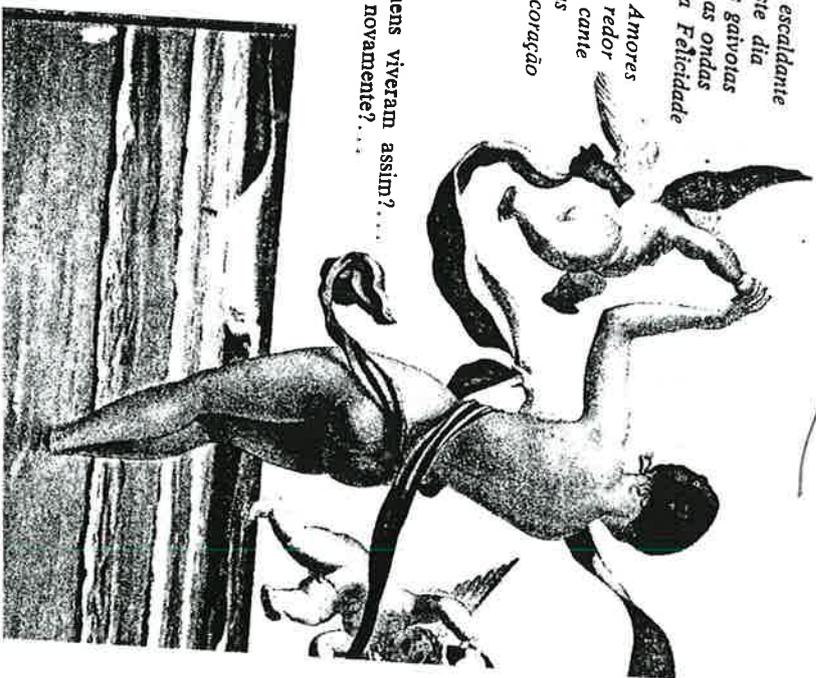
ATRAVÉS
DU ^{COND}ADO
DO TEMPO

Para a estabilidade social,
vivam as paixões por pro-
curação.

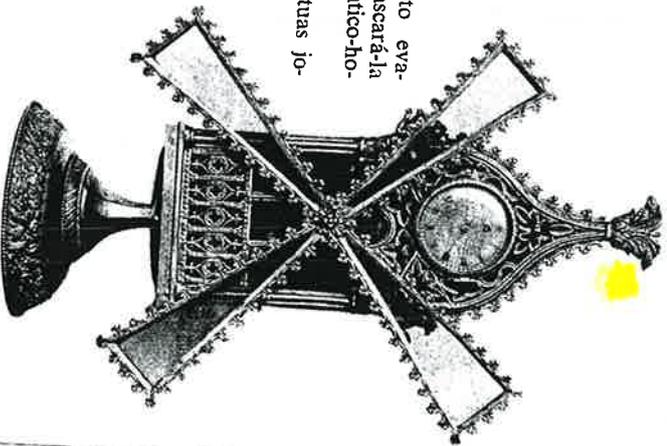
*Sobre a duna escaldante
reposaste neste dia
e os gritos das gaivotas
e os ventos e as ondas
te ofertaram a Felicidade*

*Que todos os Amores
revoem ao teu redor
e que tua alma cante
as juras eternas
das bodas do coração*

Quando os homens viveram assim?
Quando viverão novamente?...



Eis o relógio-moinho de vento eva-
cuando a função inferior ao mascará-la
por detrás das evocações romântico-ho-
landesas...
O Ruskin, até parece uma das tuas jo-
gadasi!



KITSCH,
SEM VOCE
AS COISAS...
SERIAM APENAS O QUE SÃO

feitos, frios ou quentes, rosas e brancos, valorizados pelo desejo e pela estima neste novo ciclo econômico tão bem delineado por Galbraith e Packard.

“Objetos inanimados, tendes pois uma alma?”, quais os sentimentos que o homem desenvolve em relação ao mundo das coisas? O Kitsch é uma forma patológica da arte, um aspecto da alienação contemporânea, um *gradus ad Parnassum*, um estilo estético? Para responder à questão, vejamos primeiro alguns elementos díspares de sua onipresença, examinemos estas imagens, estes textos, estas formas decorativas, colocadas de forma desordenada em um cenário de vida cotidiana, e vejamos se de todo este conjunto se destaca um elemento comum, uma atitude, um perfume, um, “estilo”: o Kitsch é isso.



2 A INSERÇÃO DO KITSCH NA VIDA

A morte de Apolo e seu testamento

GALERIA BRETEAU

I. Do consumo universal

Tendo definido sumariamente nosso assunto, desde o início construímos um quadro econômico do fato social Kitchsch. Vimos primeiro "a fonte de produção", o trabalho, esterilizado pela cópia em massa que traz menta totalmente o ser, e o aliena da fabricação de objetos e produtos copiados incessantemente de um modelo criado por outros. O tempo de trabalho produtivo surge daqui por diante apenas como um pré-lido, necessário mas provisório, à automação total do processo. Isto nos levou a investigar onde se insere a atividade personalizada do ser: nós a encontramos, de um lado, no que respeita a uma pequena "elite" no sentido de Pareto, no ato criador, reservado a uma minoria atuante mais ou menos ampla, ou então, segregada da sociedade de massa (microgrupo).

De outro lado, nós a encontramos sobretudo em uma imensa atividade consumidora — (eleguanda) diria Riesman, mas tendo um caráter personalizado distinto da ação produtiva e da tarefa maciça. Tal atividade consumidora estende-se às formas do ambiente material e promove a idéia de bens e serviços consumíveis, assim como a própria cultura, com a qual ela se confunde em larga medida. A mensagem é materializada e consumível — "the medium is the message" (McLuhan) — é objeto de consumo de mensagens através do sistema concreto dos meios de consumo e, reciprocamente, o objeto é portador de cultura.

Consumir é a nova alegria da massa, consome-se Mozart, museus, sol, consome-se as Ilhas Canárias, e faz-se a Espanha em oito dias (Morin). Esta é a nova espontaneidade, muito embora esteja estruturada e condicionada pela maior parte da sociedade global. Consumir é muito mais que a simples aquisição pela qual o homem pretende inscrever-se no eterno, e por esta via, aliena-se eventualmente aos elementos de seu cenário, como fazia o Pai Goriot com suas propriedades: consumir significa antes exercer uma função que faz desfiliar pela vida cotidiana um fluxo acelerado de objetos entre a fábrica e a lata de lixo, o berço e o túmulo, numa condenação necessária ao transiório, ao

A sociedade burguesa
A arte de viver burguesa
sociedade burguesa

provisório. Ao contrário do século XIX, o objeto é perpetuamente provisório, torna-se produto, é a nova modalidade Kitchsch. Constrói-se aqui um novo tipo de alienação do homem em relação a seu ambiente. Este é o quadro em que se situa o Kitchsch cujos exemplos nos levarão a perceber suas formas e conteúdos.

Isto nos leva a distinguir dois grandes períodos no Kitchsch: o primeiro está ligado à ascensão da sociedade burguesa, à tomada de consciência de uma sociedade segura de si mesma, capaz de impor suas colherinhas de café e suas pinças de açúcar nos desertos do México e nas estepes da Ásia Central, sociedade simbolizada pelo grande centro comercial, ligada à manufatura, e construtora de uma arte de viver com a qual vivemos ainda hoje.

O outro período, aquele que se desenvolve diante de nós, é o Neokitchsch do consumível, do objeto como produto, da densidade de elementos transiórios, simbolizada pela emergência do supermercado e do Prisunic (Preço Fixo)*, que tomou conta da nossa vida (40% do comércio a varejo) e que modifica a arte de viver criando uma "Arte" apenas.

II. Da inadequação como fator psicológico

Após esta colocação econômica necessária, tratamos de uma psicologia do Kitchsch como dimensão dos objetos em suas relações com o ser, que se alia às funcionalidades tradicionais: na verdade, o objeto era definido essencialmente por uma função de uso nas civilizações passadas, função que lhe dava sua significação fundamental a que se juntam as demais. Contudo, ele tende a passar ao estatuto de um valor conotativo. Se a pinça de açúcar era feita para não sujar com os dedos poluídos pelo mundo o açúcar da madame em casa de quem se toma o chá, se a sirena do Queen

(*) Prisunic ou Preço Fixo equivale às nossas Lojas Americanas. (N. do T.)

Mary existe para guiar os navios em tempo de nevoeiro, a pinça de agitar pode ser promoviada ao estatuto revelador de nível social e de civilidade, assim como a sirena do Queen Mary pode ser utilizada (com menor potência) para chamar ao almoço os convidados da villa, ou então, para dar, por um momento, a emoção da amplitude no apartamento. E depois, é um objeto tão lindo 77 (Mary)

O Kirsch opõe-se à simplicidade: toda arte participa da inutilidade e vive do consumo do tempo; neste sentido, o Kirsch é uma arte pois adorna a vida cotidiana com uma série de ritos ornamentais que lhe servem de decoração, dando-lhe o ar de uma complexidade estranha, de um jogo elaborado, prova das civilizações avançadas. O Kirsch é, portanto, uma função social acrescida à função significativa de uso que não serve mais de suporte mas de pretexto. E se por acaso o mecanismo da sirena do Queen Mary estiver estragado, nem por isso estará automaticamente fadado ao sócio, pois deverá manter um lugar de honra na decoração, no arranjo do ambiente cotidiano: um objeto tão belo e niquelado sobre a lareira. Os objetos Kirsch não são dedutíveis racionalmente, a não ser que neles se incorpore um grau elevado de granulação e de jogo capaz de lhes dar uma espécie de universalidade heterogênea.

III. O homem comum é a medida de todas as coisas

Em alemão, a palavra Kirsch está carregada de conotações desfavoráveis. Na literatura estética desde 1900, ele é sempre julgado de modo negativo e somente após o período da pop-art deixou-se um pouco de laço a alienação do Kirsch, dando aos artistas a oportunidade de retomá-lo como distração estética (O Kirsch, é divertido), primeira etapa de uma recuperação que vem ocorrendo na história da arte. Kirsch univer-

Derivado Medida pelo e p/ o homem

sal, estilo e maneira de ser, tendência permanentemente ligada à inserção na vida de um certo número de valores burgueses, o Kirsch será também um processo de produção, uma atitude do artista aplicado, uma reverência ao consumidor-rei.

O Kirsch encontra-se, portanto, ligado a uma arte de viver e talvez nesta esfera, ele encontrou sua autenticidade, pois é difícil viver em intimidade com as grandes obras de arte, tanto aquelas do vestuário feminino como as dos tetos de Michelangelo. Ao contrário, o Kirsch está à altura do homem, do homem comum (Eick) por ter sido criado pelo e para o homem médio, o cidadão da prosperidade. Um estilo de vida emerge mais espontaneamente do ritual da faca para peixe e do serviço de mesa, de vez que tais rituais não resultaram de uma funcionalidade profunda. Vive-se melhor com a arte de São Sulpício do que com a arte romântica, eis um problema que preocupou os teólogos (Richard Egenter).

Ao fim destes diversos esclarecimentos acerca da palavra, isolaremos dois tipos de definições:

- as definições que determinam o Kirsch por propriedades formais dos objetos ou dos elementos do ambiente;
- as definições que consideram o Kirsch a partir de relações específicas que o homem mantém, seja ele criador ou consumidor, com os objetos.

criador e consumidor

IV. Universalidade do Kirsch

Há, portanto, uma arte Kirsch, ou melhor, um Kirsch da Arte que se associa tanto a objetos de arte no sentido clássico do termo como a uma coleção de objetos de arte em um ambiente e em suas relações. Falaremos tanto de uma obra Kirsch (estátua de São Sulpício ou castelo da Baviera) como de um ambiente Kirsch (salão 1895 ou grandes antiquários).

Há uma literatura Kitsch, um cenário Kitsch, uma música Kitsch, uma arte Kitsch "grande estilo" (Luís de Baviera), e pode-se utilizar a palavra Kitsch como um prefixo, como uma preposição que modifica um "estado": Kitsch-grego, Kitsch-romano, Kitsch-Henrique II, Kitsch-românico, Kitsch-gótico, Kitsch-rococó e, por que não, Kitsch-Kitsch?

O Kitsch aparece aqui como movimento permanente no interior da arte, na relação entre original e banal. O Kitsch é a aceitação social do prazer pela comunhão secreta com um "mau gosto" repulsante e moderado. In medio stat virtus: o Kitsch é uma virtude que caracteriza o meio. O Kitsch é o modo e não a Moda no progresso das formas.

Destarte, o Kitsch é mais uma direção do que um objetivo, dele todos fogem — Kitsch, é uma injúria artística — mas todo mundo a ele retorna: o artista que faz concessões ao gosto do público, estimado de modo mais ou menos justo, o espectador que frui e aprecia: "Saboreie, não devore". Pitáda de bom gosto na falta de gosto, pitáda de arte na feitura, raminho de visco sob o lustre da sala de espera da estação ferroviária, vidro miquelado no lugar em que se passa, flor artificial perdida em White Chapel, caixa de costura em pinho de Vosges, Gemilichkeit* do ambiente cotidiano, arte adaptada à vida e cuja função adaptativa ultrapassa a função inovadora, o Kitsch, vício escondido, vício terno e doce, quem pode viver sem vícios? Daí deriva sua força insinuante e sua universalidade.

Procuraremos captar o elemento essencial do Kitsch, como denominador comum de suas tonalidades róseas e pálidas, de suas simetrias perfeitas, heróinas evanescentes, e pais paternais, nele detectando o *Gemilichkeit*, sentimento dominante do Kitsch que opõe os valores da felicidade aos da beleza transcendente, e por isso mesmo obnubilante.

Este livro gostaria de ser o revelador de uma imagem Kitsch latente do universo contemporâneo e para isso procurará morder com ácido cítrico esta imagem. O distanciamento que oferece o humor não deve iludir-

(*) *GEMILICHKEIT* — palavra composta que envolve os sentidos de comodidade, conforto, abundância e pachorra. (N. do T.)

-nos: há algo de Kitsch no fundo de cada um de nós. O Kitsch é permanente como o pecado: há uma teologia do Kitsch.

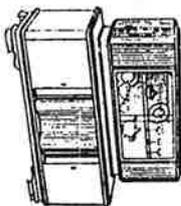
V. O método encantatório

Uma vez definido de maneira sumária o sentido do termo que nos servirá de *leitmotiv*, vemos surgir espontaneamente um método diretor: a pesquisa obtinada através do algoritmo mental de uma definição, de um fator que parece resistir à análise, embora esteja sempre colaborando com a perfeição social. O estudo das diferentes acepções do termo, a tipologia das relações que o instituem, a monografia dos aspectos do ambiente sob o ângulo Kitsch, acabarão propondo um eixo a este estudo. É o método encantatório — operando através de suas variações sucessivas — que visa delimitar um assunto.

Por detrás do Kitsch, surge o estudo de um novo tipo de relação entre o ser e as coisas, um novo sistema estético ligado à emergência da classe média, e da civilização de massa que somente reforça os traços dessa classe, temática de um problema muito mais amplo. Muito além da questão que o psicólogo coloca à estética Kitsch, está em jogo o problema das relações do homem com as coisas, o problema mesmo da sociedade de consumo, construtora do *Neokitsch* que parece feito para durar.

O estudo do nascimento de um estilo artístico na própria época em que ocorre, constitui um dos elementos do fascínio que este tema provoca: trata-se de uma *estética dinâmica* oposta à tradição da estética filosófica que tem sempre algo a ver com a História da Arte e que só estuda a beleza quando já está consagrada. Nesse trabalho, o termo beleza não tem sentido. O que estudamos não é nem o Belo platônico, nem o Feio, é o imediato, é o aspecto dominante da vida estética cotidiana. O estudo do Kitsch é o estudo dos reflexos

mais visíveis da sociedade contemporânea em sua alienação ao objeto, mas trata-se de uma pesquisa atenta e indireta que constrói seu tema antes de destruí-lo, que glorifica o Kitsch antes de aviltá-lo, e que delimita a alienação antes de falar de desalienação. Desta maneira, estudaremos o atual no inatural, o sociológico no histórico, o permanente no transitório, o contestável no aceito.



3 ALIENAGÃO E KITSCH: O HOMEM E AS COISAS

*“... O soleil!
Toi sans qui les choses
Ne seraient que ce qu’elles sont!”*

E. ROSTAND