

O kitsch como um sistema repetitivo

Um problema para a teoria da hierarquia do gosto

Kitsch as a repetitive system

A problem for the theory of taste hierarchy

Samuel Binkley

Professor associado de Sociologia do Emerson College, em Boston. Autor do livro *Getting loose: lifestyle consumption in the 1970s* (Duke University Press, 2007), editor (em parceria com Jorge Capetillo) da coletânea *A Foucault for the 21st century: governmentality, biopolitics and discipline in the new millennium* (Cambridge Scholars Publishing, 2009) e do periódico acadêmico *Foucault Studies*. Atualmente, está escrevendo um livro centrado nos temas da felicidade e da psicologia positiva a partir da governamentalidade neoliberal.

Tradução:

Joana Negri

Doutoranda em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).

SUBMETIDO EM: 01/09/2014

ACEITO EM: 20/09/2014

DOSSIÊ

RESUMO

Este artigo faz uma tentativa de elaborar uma teoria do kitsch que dispense a estrutura hierárquica tradicional em que este é muitas vezes entendido. Evitando tanto a abordagem populista dos estudos culturais quanto a abordagem elitista de teóricos da cultura de massa, os argumentos são construídos rumo a uma estética exclusivamente kitsch, que empregue as temáticas da repetição, imitação e emulação como um estilo estético distinto. Rompendo com análises tradicionais de convencionalidade popular na esfera do gosto, que alinha hábitos de gosto com identidades de classe (como o oferecido por Pierre Bourdieu), argumenta-se que a qualidade repetitiva do kitsch aborda um problema geral da modernidade: o do “desencaixe” dos horizontes pessoais de segurança social e cósmica (um modelo estabelecido por Anthony Giddens).

PALAVRAS-CHAVE: Bourdieu; Classe; Giddens; Kitsch; Cultura popular; Gosto.

ABSTRACT

In this article, an attempt will be made to elaborate a theory of kitsch that dispenses with the traditional hierarchical framework within which kitsch is often understood. Avoiding both the populist approach of cultural studies, and the elitist approach of mass culture theorists, an argument is made for a uniquely kitsch aesthetic that employs the thematic of repetition, imitation and emulation as a distinct aesthetic style. Breaking from traditional analyses of popular conventionality in the realm of taste which aligns taste habits with class identities (such as that offered by Pierre Bourdieu), it is argued instead that the repetitive quality of kitsch addresses a general problem of modernity, that of ‘disembeddedness’, or the undermining of personal horizons of social and cosmic security (a model drawn from Anthony Giddens). The basis of this argument is drawn from a reconstruction of traditional of kitsch, though illustrative cases are offered.

KEYWORDS: Bourdieu; Class; Giddens; Kitsch; Popular culture; Taste.

Como um sistema de imitação, o kitsch é, de fato, obrigado a copiar a arte em todas as suas características específicas.

(Broch, 1970: 73)

INTRODUÇÃO

No que se segue, é feita uma tentativa de elaborar uma teoria do kitsch sensível a um ambiente cultural real em que o gosto pelo kitsch prospera, embora permanecendo, ao mesmo tempo, contemporânea a debates atuais da análise da cultura, onde o termo “kitsch” carrega a bagagem de uma visão antiquada. Evitar as críticas moribundas e as armadilhas elitistas dos teóricos da “cultura de massa”, cujo legado ainda assombra muito a análise cultural, requer uma tessitura bastante complexa em torno de um problema com uma história intrincada e contenciosa, repleta de buracos teóricos e polêmicas de vários tipos.

Para várias gerações de sociólogos, historiadores e outros comentadores da sociedade moderna, a disseminação da cultura comercial nas classes trabalhadora e média apresentou uma paródia de dimensões políticas e morais gigantescas. As condições desta crise são bem conhecidas: desde a revolução industrial, um volume sem precedentes de bens duráveis, muitos deles com funções domésticas e decorativas, tem saciado mercados urbanos, oferecendo até mesmo ao consumidor mais empobrecido escolhas estéticas desconhecidas para as gerações anteriores. Estas mercadorias foram amplamente desdenhadas como “kitsch”: imitações falsificadas de produtos de luxo, itens de “belas artes” grosseiramente e levemente fabricados para assemelharem-se aos finos objetos de arte elevada da velha aristocracia, e logo se tornaram o símbolo comum de até mesmo o assalariado mais humilde do mundo industrializado. Falsos móveis dourados, joias polidas e brilhantes, candelabros altamente ornamentados, imitações de pinturas a óleo, cópias de cerâmica em miniatura de estátuas antigas e outros encantos domésticos do século 19, que seriam os primeiros progenitores das posteriores formas kitsch do século 20. Elas viriam com o *boom* de consumo da década de 1920, e mais tarde com a emergência da nova classe média próspera dos anos 1950 e 1960. Críticos, tanto à esquerda quanto à direita, têm atribuído a ascensão do kitsch variavelmente à erosão da alta cultura de elite, ao eclipse da consciência revolucionária, ao esgotamento de solidariedades morais necessárias para uma cultura cívica saudável e ao desenraizamento de povos pré-industriais e tradições étnicas.

Mais recentemente, sociólogos contemporâneos têm exposto o mito da hierarquia da cultura, em que estas leituras do kitsch dependem, como preconceitos ligeiramente disfarçados, do elitismo cultural. Compreende-se agora que a alta e a baixa cultura têm muito mais em comum do que antes se pensava: os consumidores da cultura popular são críticos e criativos em sua recepção de mercadorias, enquanto produtores das “altas” artes são limitados por restrições institucionais e comerciais, como o sociólogo Howard Becker revelou em seus estudos acerca dos “mundos de arte” (Becker, 1982; Zolberg, 1990). Quando Herbert Gans usou, em meados dos anos 1970, o termo “culturas de gosto” em *Cultura popular e alta cultura*, substituindo a distinção hierárquica implícita nos termos popular e alta, seu objetivo era dissipar a autoridade transmitida por estes termos expondo os limites institucionais e liberdades criativas que são distribuídos uniformemente para cima e para baixo da escada cultural. Gosto é gosto, Gans afirmou; uma reivindicação que, efetivamente, reverteu meio século de teorizações sobre a cultura de massa (1974). E, se o objetivo do livro de Gans era desa-

lojar a distinção alta/baixa de quaisquer critérios estéticos *suis generis*, a chegada dos estudos culturais britânicos na América, na década de 1980, minou ainda mais qualquer hierarquia cultural implícita, revelando os elementos políticos importantes que designam tal divisão cultural. Andrew Ross descreveu esta divisão, em 1989, em termos que confrontam diretamente os pressupostos de uma hierarquia cultural natural.

o estatuto da cultura popular – o que é popular e o que não é – é... uma definição política instável, variavelmente fixada de tempos em tempos por intelectuais e formadores de opinião e, a este respeito, é frequentemente vista como constituindo, senão representando, uma identidade política para “classes populares” (Ross, 1989, p. 8).

Em ambos os casos, os critérios estéticos, morais e políticos implícitos que serviam para separar a alta cultura da baixa e a arte do kitsch foram efetivamente desmantelados em muitos trabalhos sociológicos e históricos. O forte uso do termo kitsch, repleto da arrogância do novo rico vitoriano, praticamente desapareceu do vocabulário da análise cultural contemporânea séria. As questões aqui são: pode esta inversão da tese kitsch ter sido precipitada? E pode o termo kitsch ainda oferecer recursos teóricos e empíricos para o estudo da cultura material e dos hábitos de consumo das pessoas modernas? Estas questões só podem ser abordadas por meio de uma consciência profunda da história das críticas ao kitsch. Os teóricos da cultura de massa (uma tradição que abrange figuras como Alexis deTocqueville (1957), Clement Greenberg (1961), José Ortega y Gasset (1957), Dwight MacDonald (1962), Adorno e Horkheimer (1991), Irving Howe (1957) e outros) definiram o kitsch como um estilo imitativo e derivado de estilos de arte superiores, dado a fórmulas e motivos tolos e, assim, radicalmente inferior à criatividade e à inovação encontradas na alta cultura, e de fato sintomático de uma forma exclusivamente moderna de corrupção estética.

Contra esta posição, defenderei a singularidade do kitsch como um estilo distinto, que celebra a repetição e a convencionalidade como valores em si mesmos. A sensibilidade kitsch que revelarei utiliza a temática da repetição sobre a inovação, a preferência por fórmulas e convenções sobre a originalidade e a experimentação, o apelo à afirmação sentimental sobre a busca existencial - uma sensibilidade única e bastante “saudável”, que pode muito bem ser chamada de kitsch (sem invocar os preconceitos que este termo implica muitas vezes). No entanto, há um outro objetivo interpretativo a ser considerado: muitas bolsas de estudo contemporâneas sobre cultura popular (cujos autores principais, muitas vezes agrupados sob a rubrica de “estudos culturais”, incluem Andrew Ross (1989), Lawrence Grossberg (1992), John Fiske (1989), Stuart Hall (1996) e outros - embora grande parte da sociologia da cultura recente pode ser incluída aqui), têm, com razão, desafiado essas hierarquias intrínsecas, defendendo a criatividade inerente e a criticidade dos consumidores da cultura popular, que in-cutem novos significados aos objetos que adquirem. Além disso, novas análises de produtores de culturas populares e os próprios produtos revelaram a riqueza simbólica das mercadorias que, muitas vezes, enfraquecem várias formas de poder social (basta pensar nos volumes de escritos feministas sobre Madonna que apareceram nos anos 1980 e 1990). A abordagem dos estudos culturais, perseguindo sua crítica pertinaz ao modelo de cultura de massa, leva a assumir que toda a cultura, alta e baixa, é “criativa”, e a concluir que a própria distinção entre ambas é fundamentalmente sem motivos.

Esta mudança necessária e bem-vinda, particularmente em sua superação de dife-

renças intrínsecas entre cultura popular e alta cultura, representa um claro avanço sobre velhos pressupostos da hierarquia cultural. Contudo, alguns problemas emergem: essa perspectiva tende a ignorar uma categoria distinta de artefatos culturais que afasta a criatividade e a inovação, que cultiva a continuidade, a conformidade e a rotina, que celebra o sentimentalismo e a banalidade. Estas são as características atribuídas tradicionalmente, em um sentido altamente pejorativo, ao kitsch, presumindo-se que este sentido de continuidade e unidade só poderia ocorrer em um vácuo estético. Contra essa suposição, vou discutir que a estética da repetição única do kitsch, sua afirmação de ritmo e métrica, longe de representar o fracasso da vontade criativa, deve ser entendida em seus próprios termos, a partir do mundo estético em que se desenrola.

Em suma, a abordagem hermenêutica aqui proposta visa distinguir-se da análise cultural promovida por sociólogos recentes e praticantes dos estudos culturais, onde as dimensões criativas e críticas da cultura popular são enfatizadas, assim como procura evitar os argumentos elitistas dos teóricos da cultura de massa, onde o popular é sequestrado e rotulado como criativamente vazio e, portanto, esteticamente patológico. No entanto, o que eu estou sugerindo é uma abordagem interpretativa que toma emprestado recursos de ambos: os teóricos da cultura de massa tinham razão quando identificaram a convencionalidade repetitiva do kitsch, mas o compreenderam errado quando falharam em reconhecer os significados sociais que um estilo derivativo e repetitivo pode possuir. Os praticantes dos estudos culturais e sociólogos interpretativamente esclarecidos da cultura acertaram quando desmantelaram as hierarquias de gosto que restringiam o kitsch aos mais baixos níveis da escada cultural, mas fracassaram quando assumiram que a “criatividade” (inovação formal) é a única marca de uma cultura viva, e que qualidades inovadoras e críticas foram distribuídas uniformemente ao longo de todos os segmentos da cultura popular. O kitsch, vou argumentar, preserva uma sensibilidade estética única, que despreza a criatividade por si só, ao mesmo tempo em que apoia a repetição do familiar e o seu fundamento em uma afirmação do cotidiano. Algo semelhante ao que Pierre Bourdieu chamou de “gosto de necessidade”: uma expressão estética que endossa o senso de convencionalidade, ritmo e métrica das formas estéticas e seu enraizamento no dia a dia (Bourdieu, 1984: 371).

Na verdade, o problema do enraizamento é central para qualquer teoria do kitsch, como é para qualquer teoria da modernidade. Além disso, parte do que definiu a abordagem da cultura de massa para o estudo do kitsch foi o elo forjado entre uma teoria da estética e uma teoria geral da modernidade, embora, como já afirmei, esta conexão seja mal interpretada. Vou argumentar que tal conexão teórica pode ser feita, sem a ansiedade apocalíptica dos teóricos da cultura de massa em torno do problema do enraizamento. O enraizamento - uma condição da vida cotidiana em que incertezas, questões existenciais e uma sensação de liberdade e criatividade da ação humana são suportadas por tradições tranquilizadoras e hábitos de pensamentos que penetram nas fendas mais profundas do cotidiano - é amplamente tomado para representar as formas de sociabilidade características das sociedades pré-modernas. As sociedades modernas, por outro lado, compõem um conjunto daquilo que Anthony Giddens chamou de “instituições de desencaixe”: instituições e práticas que arrancam as pessoas dos “casulos protetores”, que inundam as interações sociais, perspectivas culturais e experiências com significados coesos, e amarram a vida diária a padrões fundamentais de confiança e garantia (Giddens,

1991: 40). As sociedades modernas, ao confrontarem os indivíduos com escolhas sem precedentes de bens de consumo, perspectivas éticas e planos de vida, minam a segurança da vida convencional com a promessa da liberdade criativa - a liberdade de escolher a si mesmo através de suas próprias expressões de gosto - com todo o risco e perigo que essa liberdade invoca. O que Giddens chama de “segurança ontológica” é comprometido na medida em que opções se multiplicam e a vida social é cada vez mais desenraizada, e rotinas, práticas recorrentes, cosmologias reconfortantes e visões de mundo são destruídas. O desencaixe expressa o

“descolamento” das relações sociais dos contextos locais e sua rearticulação através de partes indeterminadas do espaço-tempo, (o desencaixe é) a chave para a tremenda aceleração no distanciamento entre tempo e espaço trazido pela modernidade. (Giddens, 1991, p. 18).

Vou argumentar, em suma, que o kitsch, que exulta seu enraizamento nas rotinas, sua fidelidade às convenções e sua incorporação na cadência modesta da vida diária, trabalha para reenraizar os seus consumidores, reabastecer estoques de segurança ontológica, e para reforçar um sentimento de coerência cósmica em um mundo instável de desafios, inovação e criatividade. Particularmente, onde o kitsch faz suas exigências mais agressivas às nossas sensibilidades estéticas, com seus apelos ao sentimentalismo, o kitsch visa reenraizar seus consumidores em seu nível pessoal “mais profundo”. Precisamente, ao afastar o criativo, o inovador e o incerto, o kitsch favorece o repetitivo, o seguro e o confortável, fornecendo a garantia de que o que está por vir será semelhante ao que se passou antes, que os riscos da inovação e da incerteza estão longe, e que estamos seguros e salvos nas rotinas de um estilo não aventureiro. Ao atribuir ao kitsch o problema geral e profundamente pessoal da certeza existencial, os termos do debate são alterados: questões de hierarquia, valor estético e de criatividade popular no processo de consumo são tratadas a partir de um problema geral do sentido e de seu esgotamento. No entanto, esta virada, embora atravesse com facilidade os dilemas dos estudos culturais / teoria da cultura de massa e dispense problemas de hierarquia cultural, não evita tão facilmente a questão da relação entre consumo cultural e estrutura social em geral. Em suma, é realmente possível argumentar que o kitsch não tem nada a ver com a classe? A sociologia de Pierre Bourdieu lança luz sobre esta importante questão.

Para Bourdieu, a qualidade repetitiva do kitsch não é tanto uma avidez por uma solução para problemas existenciais modernos distintos quanto uma tática de valorização social entre elementos de classe concorrentes, em que a escassez econômica se traduz em parcimônia estética, observável em um gosto pelo óbvio, pelo direto e pelo descaradamente – até gritantemente - agradável. Em suma, onde Giddens considera um problema geral de desencaixe social (uma condição em relação a qual eu interpreto o kitsch como uma resposta cultural) como, fundamentalmente, uma questão da vida pessoal e social moderna, Bourdieu descreve a tensão entre o enraizado e o desenraizado como agentes de classe concorrentes. Para Bourdieu, o desencaixe, a arte autônoma e a liberdade de convenção expressam os hábitos de gosto daqueles que são relativamente livres de restrições econômicas. E as formas de enraizamento radicais que estou chamando de kitsch representam o apego à necessidade, típico daqueles cujas vidas econômicas são regidas pela escassez de recursos e outros problemas funcionais. Vou dar a esta questão um tratamento mais sério na conclusão deste estudo, mas de um modo geral, eu vou favorecer Giddens em relação a Bourdieu, particularmente no contexto norte-americano, onde a estratificação do gosto (se ela ainda existe, afinal) não é uniformemente distribuída ao longo

do eixo de estratificação econômica. Em suma, parece mais apropriado interpretar o kitsch como um corretivo existencial geral que sustenta um sentimento de insegurança ontológica em um mundo de inúmeras opções e altos riscos, do que olhar para as tensões de classe entre os consumidores cujas posições econômicas raramente ou nunca se alinham a seus hábitos de gosto.

Por estes motivos, vou argumentar que uma teoria do kitsch pode ser concebida acolhendo a sensibilidade interpretativa de ambas as análises culturais contemporâneas, ao mesmo tempo em que recupera algumas das características clássicas da teoria da cultura de massa do kitsch (sem endossar as bases elitistas ou as conclusões gerais da própria teoria da cultura de massa). Na verdade, eu ofereço esta teoria como um corretivo para o que eu percebo como uma ortodoxia que permanece em estudos culturais e na sociologia cultural, cuja hostilidade para com o modelo do “narcótico cultural” passivo, tão celebrado pela cultura de massa e pelos teóricos da Escola de Frankfurt, levou a uma celebração do consumidor criativo em todos os níveis, na medida em que alguns modos de gosto populares (kitsch) são obscurecidos. Esta “teoria da cultura de massa reversa” deixa de fora muitas dimensões importantes do consumo cultural: aqueles modos que celebram a repetição e o afastamento da criatividade e da criticidade.

Teorias sozinhas são limitadas, e este estudo, como uma obra de teoria, opera dentro dessas limitações. Eu vou deixar uma análise empírica mais completa acerca das formas díspares do kitsch, suas várias valências históricas, regionais, contextuais e variações para outro estudo. Os exemplos desordenados, levantados no decurso desta investigação, servem mais para explicar as teorias de forma ilustrativa do que para confirmá-las por meio de provas. O que está em jogo aqui é uma tradição de teorização que, embora claramente fracasse em sua tentativa global de conciliar a teoria da estética com a da modernidade, reconhece uma qualidade distinta do gosto moderno e mantém certa utilidade para a interpretação hermenêutica do conteúdo significativo do gosto kitsch.

KITSCH: A TRANSVALORAÇÃO DA IMITAÇÃO NA REPETIÇÃO

Embora sua etimologia precisa seja incerta, é amplamente considerado que o termo “kitsch” tem origem nos mercados de arte de Munique, na década de 1860 e 1870, como meio de descrição de pinturas baratas e intensamente comercializáveis ou “esboços” (o termo inglês mal pronunciado pelos alemães, ou elidido com o verbo alemão *verkitschen*, “fazer barato”). O kitsch atraiu o gosto grosseiro dos recém-endinheirados, embora a burguesia esteticamente pueril de Munique, como a maioria dos novos ricos, pensou que poderia alcançar o status que invejava na classe tradicional das elites culturais, imitando, ainda que desajeitadamente, as características mais aparentes de seus hábitos culturais. Neste tratamento inicial, os principais elementos do kitsch foram fixados: o kitsch definia um objeto esteticamente pobre e de má qualidade, destinado mais a identificar um consumidor a um recém-adquirido (e mal administrado) status de classe do que invocar uma verdadeira resposta estética. O kitsch era esteticamente empobrecido e moralmente duvidoso e, mais do que qualquer coisa, ele sacrificava a vida estética por uma pantomima de vida estética no interesse - geralmente, mas nem sempre - de sinalizar seu status de classe.

Um dos comentários mais perspicazes acerca do kitsch e o único a avaliar adequadamente o conteúdo positivo de sua natureza estética repetitiva aparece em *Notas sobre o*

problema do kitsch, um ensaio de 1953 do escritor e ensaísta austríaco Hermann Broch. Para Broch, o kitsch tem suas origens na ansiedade inicial enfrentada pela burguesia europeia do século 19, com homens de fortuna econômica favorável lutando para aceitar suas novas posições de dominação cultural. Broch discute as convenções culturais aniquiladas da Igreja e da aristocracia feudal, em que a arte e a decoração funcionavam de um modo ascético, isto é, dentro de um sistema fixo e limitado de símbolos e significados. Contra esse ascetismo, as novas classes médias progrediram à libertinagem esclarecida, o que lhes permitiu uma saída expressiva de convenções, uma indulgência em sensualidade e prazer e uma afirmação decorativa da vida diária: uma nova forma de arte secular que abria uma infinidade de novas possibilidades artísticas e decorativas. Distinguindo seu sistema aberto e infinito de um cotidiano romanticamente ratificado do sistema fechado e finito da corte e do clero, a burguesia promoveu as alegrias terrenas de uma vida comum a todos aqueles que estavam fora das castas sacerdotal e aristocrática: particularmente na arte romântica, a natureza e a simplicidade do cotidiano eram exaltadas na decoração e no design, e, assim, elevadas a um estado cósmico rivalizando com qualquer produto da arte eclesiástica ou aristocrática.

Com indulgência, no entanto, normalmente vem a ansiedade, e a cosmologia esface-lada e a liberdade sem limites para criar foram demais para esta nova classe indulgente, que, por fim, ansiava por encerramento. Broch nos diz que, a partir de meados do século 19, o sistema de arte burguês desenvolveu o seu próprio “anti-sistema” – o kitsch, o fechamento de um sistema artístico que tem como premissa a sua abertura criativa. Logo, a exaltação secular do prazer decorativo procurou restaurar esta cosmologia rompida, e o sistema burguês aberto, com todos os seus elementos constitutivos, gradualmente fechou-se em si mesmo, compondo seus próprios limites sistêmicos fixos, cujos símbolos e significados não foram inventados, mas imitados. Como a arte burguesa rotinizou suas inovações, o kitsch apareceu como um sistema cultural imitativo que, sem nunca abrir mão de sua reivindicação à relevância cósmica uma vez conferida a arte original, tornou-se ambíguo e corrupto. Para Broch, o importante é que a qualidade repetitiva do kitsch era mais do que uma falha circunstancial: ela expressava uma qualidade positiva da perversão moral. Broch vai tão longe a ponto de afirmar que “o kitsch é o elemento do mal no sistema de valores da arte” (Broch, 1970: 63).

Em uma nota de 1933, Broch descreve este mal como um fenômeno diversificado tão moderno como a literatura “pulp” e os comícios de meia-noite dos fascistas.

(...) o romance policial não oferece nada além de uma seqüência imutável de vitórias sobre os criminosos; o romance sentimental oferece uma série imutável de boas ações sendo recompensadas e atos perversos sendo punidos (o método que governa este arranjo monótono dos termos da realidade é a sintaxe primitiva da constante batida do tambor). (Broch, 1970, p. 66).

A declaração de Broch fornece uma compreensão acerca de um aspecto importante do kitsch como uma imitação mal-sucedida; o kitsch é entendido como algo que deriva um valor positivo (senão maligno) de sua inversão do compromisso burguês com a abertura e a inovação. Ele revela o caráter positivo dessa imitação, embora permaneça profundamente comprometido com a sua denúncia, não só em termos estéticos e políticos, mas em termos de uma moralidade abstrata. Além disso, esta qualidade é aquela que permite uma subordinação do excepcional ao prosaico, e através disto convida a um desejo por encerramento e segurança, enquanto o sistema aberto de

possibilidades infinitas é sugado para dentro do padrão fechado dos ritmos imitativos.

Várias importantes obras de comentários estéticos, culturais e históricos levaram o problema do ataque do kitsch à integridade muito a sério, e desde os anos 1930, o kitsch tem sido alvo de volumes de escritos malévolos de uma série de críticos descontentes, cobrando, em todos os casos, uma fraude estética moderna singular de um jeito ou de outro. Mais notavelmente, Clement Greenberg expressou o desprezo geral pelo kitsch em seu tratado *Avant garde and kitsch*, evidenciando a pobreza e o perigo ligados a uma arte parasitariamente derivativa. O fracasso do kitsch como um gesto estético original tinha profundas implicações históricas para uma época de cultura *ersatz*, expressando “tudo o que é espúrio na vida de nossos tempos” (Greenberg, 1961: 102). Na Alemanha e na Áustria, obras importantes de Broch (1970) e Ludwig Giesz (1969) exploraram os hábitos culturais do *Kitschmensch* (homem-kitsch) e, na década de 1950, os comentaristas da cultura de massa (Irving Howe e Dwight MacDonald, em textos de 1957, e outros) frequentemente usaram o termo para depreciar os produtos do crescente consumismo *middlebrow* do pós-guerra. É provável que o último ataque significativo ao kitsch tenha surgido no final da década de 1960 com a antologia da crítica italiana de Gillo Dorfles, traduzida como *Kitsch, the world of bad taste* (1969), que combinou críticas estéticas e socio-históricas com uma reprovação venenosa da cultura popular e suas pretensões. Apesar da falta de um consenso claro em várias questões, muito deste trabalho parece se aglutinar em torno de alguns temas centrais.

O kitsch foi condenado por sua dependência de clichês, fórmulas bem ensaiadas, conteúdos derivados e seu uso óbvio e facilmente desencadeado de respostas estéticas, tipicamente mais sentimentalistas. No entanto, o kitsch não era apenas o mau gosto, era pior do que o mau gosto: o kitsch expressava a perversão do gosto pela vontade de autoengano embelezada. Como um interesse pelo gosto, em vez de um gosto pela experiência estética, acredita-se que o kitsch tenha substituído a imagem do próprio indivíduo como grande medidor da experiência do próprio sentimento estético (Greenberg, 1961: 101). O kitsch ofereceu uma satisfação piegas na imagem do próprio indivíduo derivando valor estético, suplantando, assim, a verdadeira atividade estética por uma mentira autossatisfatória. O kitsch alcançou o limite da fraude ao afastar o trabalho da apreciação estética, substituindo um signo óbvio, fácil e direto do tipo de resposta estética que um indivíduo gostaria de se ver tendo – um signo imitado de algum arcabouço familiar de tais signos – por uma busca estética provocativa por meio da qual alguém pode “conquistar” tal resposta. Assim, para ambos os intérpretes estéticos e socio-históricos do kitsch, este expressava puro fingimento e duplicidade onde fingia ser autêntico, e era derivativo onde se fingia único. Em suma, esses escritos “clássicos” sobre o kitsch variadamente diagnosticaram a dissimulação de uma imitação por um original, e com base nisso julgaram o kitsch como uma falsificação. O kitsch era ruim - inferior ao degrau mais baixo da escada do gosto, porque ele falhava no teste da criatividade e falsificava onde fingia ser original.

A maior parte dos comentários acerca do kitsch segue a lógica de sua estratégia imitativa apenas quanto a sua emulação equivocada de estilos de alta arte e seus delírios de grandeza estética. Uma análise do kitsch que se detém na sua manipulação derivativa da cultura interpreta a imitação simplesmente como imitação, e perde de vista a característica fundamental do kitsch como um modo único de valorização estética que Broch parcialmente revelou: o kitsch consegue realizar um hábil truque ao transmutar a imitação fracassada em um traço repetitivo, por si só um valor estético. Meiti Calinescu, por exemplo, explica parte do processo do kitsch: o kitsch atinge a postura

de arte significativa sem se afastar de um arsenal de dispositivos seguros e confiáveis, embora Calinescu pare no diagnóstico de uma falha estética provocada pelo kitsch, ao ser levado por seus próprios truques. Calinescu escreve:

A falsidade estética do kitsch não deve ser confundida com a de uma falsificação. A falsificação é feita para ser tomada como original. Enquanto uma falsificação explora ilegalmente o gosto elitista pela raridade, um objeto kitsch insiste na sua acessibilidade antielitista. O caráter enganoso do kitsch não está em seja lá o que for que tem em comum com a falsificação em si, mas na sua pretensão de fornecer aos seus consumidores essencialmente os mesmos tipos e qualidades de beleza daquelas encarnadas nos originais únicos ou raros e inacessíveis. O kitsch finge que cada uma de suas potencialmente inúmeras imitações e imitações de imitações contém algo do valor estético objetivo dos estilos, convenções e obras que falsifica abertamente. O kitsch oferece beleza instantânea, sustenta que não há diferença substancial entre si e a beleza original eterna. (Calinescu, 1987, p. 252).

Embora haja muito valor nesta análise, Calinescu falha em compreender as implicações desse gesto de “acessibilidade antielitista”. A cópia do kitsch não é simplesmente um atalho para uma experiência estética idêntica (um atalho que não convence, no caso da maioria dos críticos), é uma transvaloração de insinceridade em sinceridade, de imitação em repetição intencional e, portanto, de falsificação em um gesto demasiadamente sincero de boa vontade humana. O kitsch supera o mau gosto através de uma curiosa inversão que reabilita o seu fracasso, sua convencionalidade e a sua duplicidade em um sinal de sua humanidade, redimindo suas deficiências ao aplicar-lhes na maximização de seu charme. Em suma, o kitsch transforma suas falhas em graciosidade: graciosamente convencional, curiosamente repetitivo. A sua desonestidade, sua derivação e seu aparente fracasso em ser original são transformados em um gesto encantador de sinceridade e de um esforço consciente de afetar o apelo sincero da ingenuidade. Em sua transvaloração de uma falha da imaginação em uma fidelidade às convenções, o kitsch converte imitação em modéstia, convencionalidade em fidelidade, dependência de fórmulas de ações em franqueza e simplicidade, conformidade às regras prescritas de beleza em uma determinação verdadeira de permanecer fiel ao autêntico prazer estético “humano”. Em suma, o kitsch descobre formas de enraizamento e ligações com convenções repetitivas que garantem a exclusão da surpresa, da dissonância e do pensamento. Além disso, esta franqueza, modéstia e clareza equivalem a mais do que apenas graciosidade: são consideradas fundamentais para a natureza humana em si. A “acessibilidade antielitista” que Calinescu aponta é só parcialmente explicada pela sua crença falaciosa em uma “beleza original eterna”: o fracasso do artefato kitsch em realizar os objetivos estéticos da alta arte traz o apreciador do kitsch para mais perto de sua própria qualidade humana fundamental - não a qualidade existencial do homem desenraizado, mas a qualidade demasiadamente humana da própria tolice, que, humanamente, não faz mistério sobre confundir uma imitação com um original. Neste ponto, onde a banalidade do consumidor kitsch faz um apelo pretensioso à banalidade que, em última instância, reside dentro de todos nós, o gosto kitsch se manifesta integralmente: o kitsch converte suas falhas criativas no charme de convenções fielmente repetidas, e humilhado mas duradouro, o kitsch promove esse charme como um gesto total de valor humano universal.

Em outras palavras, esse caráter imitativo e convencional não é, como Gillo Dorfles, Dwight MacDonald, Clement Greenberg e outros quiseram dizer, um esforço transpar-

ente (e fracassado) em duplicar os fins estéticos da alta cultura ou uma má tentativa de originalidade, mas em vez disso, expressa um gosto por derivação, imitação e uma fidelidade ao confiável e seguro, e sobre esta base apresenta um sistema de valores estéticos; um gosto não só pela sinceridade modesta da imitação e do convencionalismo, mas pelo encanto da inovação fracassada, da derivação e da própria repetição. Esta falha de autonomia deve ser compreendida como uma conquista de dependência, como a realização de um estilo, como a participação em um ritmo e como a fabricação de um casulo ontológico, no qual os dramas existenciais da modernidade podem ser afastados. Fracassos defendidos deste modo - ou perdoados - apelam a um sentido universal, a um “substrato supra-sensível da humanidade”, que reconhece e reflete as maneiras modestas e mundanas com que todos nós, em última instância, retornamos à nossa própria tolice humana. Como uma celebração de uma humanidade particular, o kitsch nega as pretensões da individualidade robusta da alta cultura, permitindo a sua subordinação às convenções de uma humanidade mais modesta, a humanidade do vício mesquinho, graciosamente perdoado. Para muitos críticos do kitsch, esta rendição dos vícios humanos de todos os dias é precisamente o local do elemento mais perigoso do kitsch. Alcançada por um gesto reativo, a doçura do kitsch representa apenas um anti-intelectualismo domesticado, que por vezes tem implicações políticas no seu desejo de destruição e violência: o kitsch redime-se de sua desvalorização nas mãos de uma elite cultural, abrindo-se a uma nova “acessibilidade antielitista” - e é aí que reside o elemento destrutivo. Frequentemente, acredita-se que o kitsch seja, às vezes de forma sutil, reacionário e populista, e que em seu núcleo conduza uma guerra modesta contra a importância cósmica atribuída pela alta cultura à autonomia e a singularidade do indivíduo moderno “desenraizado”.

TRÊS CARACTERÍSTICAS REPETITIVAS

Especificamente, é possível detectar três maneiras distintas através das quais o kitsch estetiza a repetição. Primeiro, há a emulação do kitsch de outros produtos culturais, que muitas vezes copiam os signos de status de classe, embora o kitsch também possa ser encontrado na emulação de qualidades rústicas de tradições populares desaparecidas ou produtos exóticos de culturas não ocidentais. Em segundo lugar, como uma característica decorativa da casa ou do escritório, o kitsch realiza uma estetização do cotidiano e dos hábitos repetitivos e imitativos que isso implica. O gosto pelo kitsch é expresso em muitos objetos para casa de prazer mundano que proporcionam, através de uma modéstia artificial, um conforto que afasta qualquer significado que possa perturbar a tranquilidade dos padrões e hábitos - os próprios esquemas repetitivos que constituem o tecido da vida cotidiana. Terceiro, e mais importante, há o amor do kitsch por todas as coisas sentimentais, expressando uma alegria de sentir, seja esse sentimento exaltação, tristeza ou carinho. Este sentimento pelo sentimento encontra-se na raiz do esquema imitativo do kitsch - a “tautologia idiota” que Milan Kundera descobriu no slogan comunista “viva a vida” (Kundera, 1984: 249). Como um sentimento pelo sentimento, o sentimentalismo kitsch é entendido como fundamentalmente imitativo, e, como dito anteriormente, este sentimentalismo eleva a própria imitação a um valor universal, emulando, de forma banal, a estética universal da alta cultura. Em cada um destes três aspectos do kitsch, a mesma estrutura é expressa: o kitsch repete e imita o que passou antes, ele transforma sua tendência para a imitação em franqueza e sinceridade, o que fabrica uma teia de familiaridade e conforto. Além disso, o estilo repetitivo do kitsch estende a mão para uma humanidade cuja essência fundamental é imitativa, assim como expressa uma atitude diante da vida diária, convidando-nos a afirmar a nossa verdadeira essência humana, a voltar à nossa vida

imitativa, tomando o nosso lugar no ritmo e cadência de um tempo e formas familiares. O kitsch nos acolhe, fazendo um lar no tecido repetitivo da imitação dos objetos culturais, produzindo um sentimento de pertencimento a um padrão rítmico da experiência rotineira. Por uma questão de clareza, essas características serão elaboradas com uma rápida referência a alguns casos ilustrativos que servem, não tanto para corroborar pontos teóricos com evidência empírica, mas apenas para dar consistência como exemplos.

Em primeiro lugar, sobre a questão da emulação: sociólogos de Thorstein Veblen (1948) à Vance Packard (1959) e Erving Goffman (1959) discutiram a manipulação de signos no processo de consumo para fins de status, embora nem todos se refiram às conseqüências deste fenômeno na experiência do gosto. Mais tipicamente, a emulação kitsch repete mecanicamente e de modo desajeitado os indicadores mais óbvios de privilégio: leões gêmeos de cimento guardando a entrada de uma próspera casa suburbana, por exemplo, mostram o gosto do kitsch como emulação de um status de classe. Da mesma forma, a calçada de mármore, os candelabros, a reprodução de um Rembrandt sobre a lareira, o conjunto de CDs comprados por correspondência com todos os seus sucessos musicais favoritos, e, claro, os enfeites de jardim, feitos à imagem da estatuária grega - os signos da emulação kitsch pecuniária são bem conhecidos. Nestes casos, o kitsch imita com a simples crença de que a reprodução de estilos de elite irá transmitir uma resposta estética e uma identificação de classe igual à da original, embora o kitsch não se limite apenas à emulação de status. Na "exótica" música de coquetel de Martin Denny, suaves melodias de xilofone tocam em meio ao murmúrio do ruído da selva em uma imitação grosseira do fascínio exótico pela África. Uma grande quantidade de kitsch turístico pode estar envolvida nesta prática emulativa, copiando em plástico e cerâmica joias e estátuas do antigo Egito ou da Grécia, preservando um rastro do exótico para exibir aos amigos. Em segundo lugar, artefatos kitsch tendem a ser consumidos dentro dos espaços e hábitos da vida diária, expressando uma imagem sentimentalmente idealizada do cotidiano. Talvez o pintor norte-americano mais tipicamente considerado como o virtuoso do comum seja Norman Rockwell, cujas ilustrações fornecem uma rica variedade de artefatos frequentemente implicados no gosto do kitsch e a elevação banal do cotidiano a um nível de importância cultural. Tomemos, por exemplo uma ilustração intitulada "Special Handling", pintada para a capa do Saturday Evening Post, em fevereiro de 1922 (Figura 1). A imagem descreve um funcionário dos correios em uma estação local pitoresca, fazendo a triagem das correspondências do dia. O funcionário, um homem de meia-idade rechonchudo com óculos de aro de metal, se distrai de suas funções e fica absorto em um cartão postal dirigido a "Miss Daisy Dell", obviamente de um amante, com uma linha de X's que corre ao longo da parte inferior do cartão (Walton, 1978: 51). A afeição adúltera de Rockwell pela fraqueza humana diária expressa sua valorização inconfundível do trivial como a única e mais duradoura das qualidades humanas. Curiosidades do cotidiano, desejos, ciúmes e indulgências são para Rockwell o material comum da natureza humana, o ponto para o qual todos nós, inevitavelmente, retornamos, apesar de nossas pretensões de fazer o contrário. O seu funcionário dos correios, entregue a um interesse mesquinho, é perdoado em sua fraqueza por um espectador que é forçado a admitir a humanidade definitiva da mesquinhez e da fraqueza como tal, e por uma obra de arte que está implicada, ela própria, na mesma falha humana trivial. Para Rockwell (artista cujo enfraquecido senso de criatividade obrigou-o a trabalhar dentro das fórmulas imitativas de sua arte), como para todo o kitsch, é precisamente a fraqueza humana, a adesão a có-

digos repetitivos, expostos em nossa conduta diária, que nos une, e é precisamente esta imagem do cotidiano como infinitamente tolerante a tolice humana que tipifica o triunfo do kitsch sobre a comédia, a tragédia e a aspiração cósmica: tudo volta ao tecido repetitivo da vida diária. Em nenhum lugar a tolice humana é mais aparente do que na vida mundana e diária: a vida na casa, no escritório, na rua, na sala de espera, com seus ritmos, rotinas e padrões imitativos. Ao invés de se distanciar do cotidiano em galerias de arte ou filmes intelectuais, o kitsch mantém o seu enraizamento. Está aconchegado diretamente no mundano, saboreando seus padrões de segurança e ritmo. É também por isso que o kitsch aparece com tanta frequência nos espaços reais do próprio cotidiano (escritórios, salas de espera), na decoração, nos reconfortantes e nos triviais enfeites da vida diária.



FIGURA 1 - Norman Rockwell, "Special Handling", *Saturday Evening Post*, fevereiro de 1922. Reproduzida com a permissão da Curtis Publishing

Os cartões comemorativos são célebres fontes de imagens kitsch estendidas na organização do tempo vivido. Eles funcionam não tanto para provocar sentimentos introspectivos mas para domesticar a experiência da empatia, absorvendo a complexidade do carinho e da compaixão no exercício das rotinas e cerimônias. A regularidade com que os cartões são distribuídos garante a subordinação de atividades instigantes aos intervalos ditados por feriados, aniversários e ocasiões especiais. De modo similar, a música de elevador permite nos distrairmos do constrangimento da presença do outro, colocando o trivial em primeiro plano, assim como a arte dos shoppings centers simplesmente preenche o que seria um espaço perturbadoramente vazio com material visual supérfluo, eliminando o desconfortável e o inquietante, permitindo que o tempo diário passe sem interferência de eventos extrínsecos, protegendo hábitos rotineiros de interrupções e perturbações que possam induzir a reflexão, o incômodo

ou a introspecção. A combinação de imagens da alta cultura com objetos funcionais cotidianos, uma das técnicas mais notáveis do kitsch, atinge precisamente este efeito: imagens socialmente marcadas como únicas e excepcionais pela sua singularidade estética e sua propensão a falar à singularidade humana estão subordinadas aos problemas cotidianos práticos do ambiente doméstico. O busto de Beethoven, que forma a base decorativa de uma lâmpada, ou o cinzeiro com o David pintado na parte inferior¹ demonstram a redução do kitsch do ambicioso esforço estético, do questionamento provocativo e do engajamento estético dos dilemas do significado humano ao seio da vida diária, reduzindo o cósmico e o excepcional às preocupações familiares de “apenas viver”. A qualidade repetitiva do kitsch fornece a segurança existencial de uma cosmologia fechada de objetos culturais, onde a novidade e a inovação são excluídas com segurança. A eliminação da introspecção preserva esta ligação com o ritmo do cotidiano e com o senso de certeza ontológica que essa lógica implica.

A terceira e mais importante característica estética do kitsch é o seu gosto pelo sentimentalismo: o kitsch adoça o sentimento humano cru com melancolia e nostalgia. O kitsch reduz toda a complexidade, o desespero e o paradoxo da experiência humana ao sentimento simples, substituindo a novidade da revelação de um significado mais profundo por olhos marejados e um nó na garganta. E o sentimentalismo também é parte do caráter repetitivo do kitsch – o sentimentalismo nos leva de volta às nossas raízes comuns na sabedoria prática da vida diária, e clama ao nosso amor esquecido e admiração por todas as coisas salutares - algumas simples e contidas dentro de um sistema fechado de signos. Nostálgico por um tempo mais simples do cavalheirismo e das convenções, o kitsch repete o passado. Milan Kundera fornece uma declaração pungente sobre o kitsch e o sentimentalismo em seu romance “A Insustentável Leveza do Ser”:

O kitsch provoca duas lágrimas em rápida sucessão. A primeira diz: Que lindo é ver crianças correndo pelo gramado! A segunda diz: Como é bom sentir-se tocado, junto com toda a humanidade, ao ver crianças correndo pelo gramado! É a segunda lágrima que faz o kitsch ser kitsch (Kundera, 1984, p. 72).

O kitsch eleva a sua imagem de felicidade a um valor universal absoluto. A alegria kitsch tem espaço para qualquer um e para todos, é a mais fundamental forma de felicidade humana que nos anima - se somente pudéssemos ser levados a admitir isso. A felicidade kitsch expressa uma comunhão humana universal tão abrangente e tão importante a ponto de ser inegável, e essa universalidade é o que entrelaça suas diversas vertentes em uma teia cósmica reconfortante: simplesmente não há ninguém do lado de fora. Talvez a insígnia mais conhecida dessa felicidade universal, a “cara feliz”, expressa precisamente este apelo: sua forma básica, dois pontos sobre um semi círculo contra um disco amarelo, exclama “tenha um bom dia” em camisetas e broches em uma linguagem que é ao mesmo tempo a mais essencial, trivial e universal das línguas – o simples amor humano pela alegria. Esta “tautologia idiota” não deixa de ser cativante em sua capacidade de elevar o charme único do lugar comum a um valor de significado universal.

Neste gesto, o kitsch combina os elementos da emulação de status (imitando o apelo a uma qualidade universal de beleza implícita no gosto pela arte elevada) com uma celebração do cotidiano, produzindo um zelo transbordante pela ordinareidade sentimental. Bourdieu (1984: 1-96), seguindo Kant (1987 EDN), ressalta que é uma qualidade do gosto aristocrático fingir falar sobre as propriedades universais do belo. A alta

¹ Realmente não sei que referência artística ele se remete quando fala “David”.

arte se destaca das culturas tradicionais, observando apenas o que é intrinsecamente belo, possuindo qualidades universais de beleza. O gosto pelo o que é universalmente bonito é fundamental para uma disposição estética autônoma, emancipada e sem amarras, livre dos “interesses” da política, do status e da vida cotidiana. O desinteresse do olhar estético sofisticado depende da universalidade dos seus valores estéticos, o que ele alcança através de uma libertação de interesses comuns e tradições, e pela sanção de uma apreciação pura e desinteressada da beleza.

Esta liberdade desinteressada e sem amarras é justamente o que incomoda o consumidor do kitsch, e precisamente o que faz com que seja necessário que este produza sua própria reivindicação universalista. Assim, o kitsch imita esta afirmação da universalidade. Mas no lugar do desinteresse do gosto aristocrático, o kitsch afirma o interesse mesquinho, a tolice cotidiana, a incapacidade de escapar ao interesse e a incapacidade de ser autônomo e original - uma falha que define a verdadeira essência da humanidade comum. Como Calinescu assinala, este mimetismo não se destina a atuar com o sucesso de uma falsificação. O kitsch fracassa no teste da autonomia e da liberdade dos interesses sociais, de seu desligamento das preocupações da vida diária, mas torna esta falha um gesto de “acessibilidade antielitista” e de sinceridade humana. Para isso, o kitsch presume nosso perdão e, por sua vez, perdoa a si mesmo como nos perdoa por sermos receptivos a uma sedução tão evidente em primeiro lugar. Assim, a segunda lágrima que faz o kitsch ser kitsch expressa o momento de autossatisfação pelo qual ele se alegra com o seu próprio sentimento, e fecha e completa o seu próprio sistema: o kitsch quer ver-se participando de uma felicidade universal, não de altas realizações nobres, mas uma universalidade verdadeira de origens modestas, de associações comuns entre todas as pessoas, de amor por aquilo que é comumente, inegavelmente, e obviamente amável. E quem poderia negar aconchego a um pequeno cão bonitinho, especialmente aquele recentemente encharcado pela chuva, olhando-nos através de enormes olhos tristes? Quem poderia negar o conforto caseiro da vista de uma fazenda rústica? Quem poderia conter uma lágrima de alegria diante do espetáculo de crianças felizes brincando? Quem está para com o próximo, sem o amor simples pelas coisas simples? O kitsch repete de forma mecânica a universalidade da cultura de elite com o apelo sentimental ao amor tautológico (e repetitivo) do amável, ao próprio lar natural e suas próprias origens humildes. Para o amante incondicional do “homem”, a banalidade tornou-se a verdadeira qualidade humana, e a supressão dessa qualidade por uma elite cultural fornece uma ocasião para uma erupção de sentimentos que muitos compreendem como uma estetização potencial da presunção antielitista. Em sua defesa, em meados dos anos 1970, de suas “tolas canções de amor”, Paul McCartney oferece um verso muito apropriado que expressa perfeitamente a qualidade de uma mediocridade redimida elevada ao nível de uma virtude humana. Questionando em voz alta porque as multidões “querem encher o mundo com tolas canções de amor”, McCartney cantarola de volta “o que há de errado nisso? Eu gostaria de saber. . .”. Porque lá vai ele. . . de novo. Em uma sequência delirante de “I love you’s”, a música encontra o seu caminho para fora do problema do esgotamento estético através da repetição, dando valor ao próprio esgotamento.

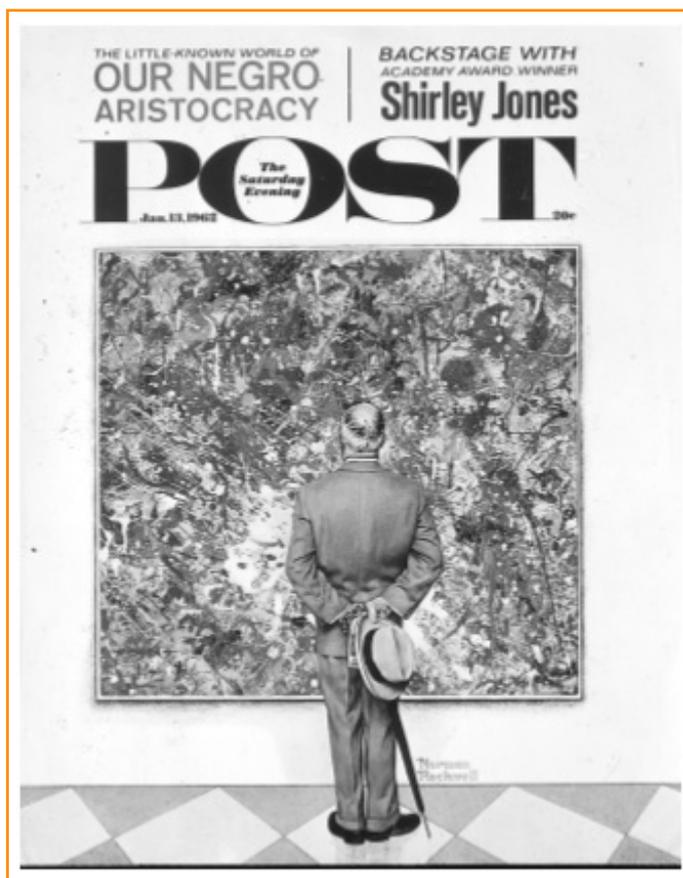


FIGURA 2 - Norman Rockwell, "Student of Abstract Art", *Saturday Evening Post*, janeiro de 1962. Reproduzida com a permissão da Curtis Publishing

E, por "ir de novo", McCartney não faz mistério acerca da subordinação de sua individualidade criativa às convenções repetitivas e rítmicas de uma estação de rádio. . . e "o que há de errado nisso"? Como Rockwell, McCartney anuncia seu fracasso como um artista verdadeiramente autônomo, mas assume antecipadamente uma ligação partilhada com o artista fracassado em todos nós. Outra ilustração de Rockwell demonstra essa recuperação do artista autônomo através das tolices humanas familiares de pessoas comuns: "Student of Abstract Art", criado para a capa do *Saturday Evening Post*, em janeiro de 1962 (Figura 2), descreve um homem em um museu em pé na frente de uma enorme pintura de Jackson Pollock. Vista de trás, a figura segura nas mãos unidas, cuidadosamente escondidas atrás de suas costas, um guarda-chuva, um chapéu e um guia do museu. Típico do escárnio amoroso de Rockwell, o personagem é cutucado por seu gosto pretensioso, embora, em última instância, é recebido de volta, com amor, na América que ele acha que deixou para trás. Para esta pintura, que é em grande parte preenchida com a textura da superfície gotejada da enorme tela de Pollock, o próprio Rockwell se lançou ao trabalho e gotejou em sua própria tela o método de gotejamento de Pollock, que ele descreveu como "muito divertido" (em contraste com o fluxo de criatividade existencial que Pollock tinha fama de experimentar), mas não como algo que ele gostaria de fazer com frequência (Walton, 1978: 223). A peça, em sua visível inocência, parece expressar uma agradável e cômica harmonia em que até aspirantes existencialistas têm um lugar seguro e caloroso, mas essa união feliz contém um elemento coercitivo. Como todas as respostas sentimentais, esta feliz desmistificação da pretensão humana é, ao mesmo tempo, mais e menos do que um gosto, é um interesse em um gosto e um gosto pela arte fracassada condenada ao ritmo e a repetição em um sistema fechado de bens culturais. Ninguém entendeu o

uso político da “acessibilidade antielitista” do kitsch melhor do que Ronald Reagan, que aproveitou a imagem de um sentimentalismo redimido da condescendência de uma elite cultural e modelou-a como base de uma poderosa reação conservadora. Em 1982, na Casa Branca, Reagan escreveu um prefácio para um livro de pinturas de Rockwell, *Norman Rockwell's patriotic times*. Reagan escreve:

E, por “ir de novo”, McCartney não faz mistério acerca da subordinação de sua individualidade criativa às convenções repetitivas e rítmicas de uma estação de rádio. . . e “o que há de errado nisso”? Como Rockwell, McCartney anuncia seu fracasso como um artista verdadeiramente autônomo, mas assume antecipadamente uma ligação partilhada com o artista fracassado em todos nós. Outra ilustração de Rockwell demonstra essa recuperação do artista autônomo através das tolices humanas familiares de pessoas comuns: “Student of Abstract Art”, criado para a capa do *Saturday Evening Post*, em janeiro de 1962 (Figura 2), descreve um homem em um museu em pé na frente de uma enorme pintura de Jackson Pollock. Vista de trás, a figura segura nas mãos unidas, cuidadosamente escondidas atrás de suas costas, um guarda-chuva, um chapéu e um guia do museu. Típico do escárnio amoroso de Rockwell, o personagem é cutucado por seu gosto pretensioso, embora, em última instância, é recebido de volta, com amor, na América que ele acha que deixou para trás. Para esta pintura, que é em grande parte preenchida com a textura da superfície gotejada da enorme tela de Pollock, o próprio Rockwell se lançou ao trabalho e gotejou em sua própria tela o método de gotejamento de Pollock, que ele descreveu como “muito divertido” (em contraste com o fluxo de criatividade existencial que Pollock tinha fama de experimentar), mas não como algo que ele gostaria de fazer com frequência (Walton, 1978: 223). A peça, em sua visível inocência, parece expressar uma agradável e cômica harmonia em que até aspirantes existencialistas têm um lugar seguro e caloroso, mas essa união feliz contém um elemento coercitivo. Como todas as respostas sentimentais, esta feliz desmistificação da pretensão humana é, ao mesmo tempo, mais e menos do que um gosto, é um interesse em um gosto e um gosto pela arte fracassada condenada ao ritmo e a repetição em um sistema fechado de bens culturais. Ninguém entendeu o uso político da “acessibilidade antielitista” do kitsch melhor do que Ronald Reagan, que aproveitou a imagem de um sentimentalismo redimido da condescendência de uma elite cultural e modelou-a como base de uma poderosa reação conservadora. Em 1982, na Casa Branca, Reagan escreveu um prefácio para um livro de pinturas de Rockwell, *Norman Rockwell's patriotic times*. Reagan escreve:

As imagens não focam o rico ou o poderoso, mas os americanos de todos os dias e os prazeres do lar, do ar livre e da família que todos nós podemos desfrutar. Nossa nação mudou profundamente desde os tempos da América que Norman Rockwell tão habilmente retratou. Porém, os valores por ele apreciados e celebrados – o amor a Deus e ao país, ao trabalho árduo, à vizinhança, à família – ainda nos dão força e irão moldar nossos sonhos nas décadas que virão. Eu espero que vocês gostem dos poemas e outras seleções patrióticas reunidas aqui tanto quanto eu e Nancy gostamos. Na medida em que construirmos o futuro da América, faremos bem em nos inspirarmos no passado de nossa nação, e ninguém captou o passado de forma mais amorosa que Norman Rockwell, artista e patriota. (Reagan, 1982)

Foi talvez um dos pontos mais fortes do Grande Comunicador a possibilidade de reparação de um senso de segurança ontológica - tão recentemente drenado por uma cultura histórica com demandas por mudanças e rupturas com tecidos tradicionais - através da imagem de uma nova América cujo futuro, curiosamente, prometia imitar seu passado.

CONCLUSÃO: O KITSCH E O GUSTO DE NECESSIDADE

Vimos como o conteúdo positivo do kitsch como o gosto pela repetição alcança uma transmutação dos valores estéticos convencionais tão valorizados no Ocidente: originalidade, criatividade e o poder de induzir a reflexão existencial sobre a natureza do ser, fora do tempo e espaço. Ao construir este argumento, eu tentei evitar a retórica das hierarquias e a redução de ricos artefatos culturais a determinações sociais em geral, sejam econômicas, estéticas ou simbólicas em qualquer outro sentido. O kitsch, argumentei, não é propriedade de um estrato diferenciado, em qualquer um desses aspectos, mas um corretivo geral para um problema moderno geral, que é o do desencalhe existencial e pessoal, da perda de garantia na continuidade da vida e do nosso lugar no mundo. A liberdade individual excessiva, a incerteza e o risco da vida social moderna são combatidos, no kitsch, através de um retorno a um sentido de continuidade, um “sistema fechado”, nos termos de Broch, em que as formas culturais são previsíveis, contínuas e repetitivas - uma qualidade da cultura não facilmente conectada a um determinado grupo social ou segmento de consumo, muito menos a uma hierarquia intrínseca das formas. Em suma, o casulo existencial restaurado oferecido pelo kitsch diz respeito a um problema geral de uma sociedade dilacerada por liberdades individuais, tradições desenraizadas e incertezas pessoais: fissuras preocupantes que minaram o senso individual de segurança pessoal com um ataque ao consumidor, a carreira, ao estilo de vida e às escolhas existenciais. Esta suposição desaloja o kitsch dos quadros tradicionais de hierarquia, casta e classe. Assim, parece apropriado, para concluir, retornar ao argumento mais forte do alinhamento de hábitos de gosto ao longo de uma hierarquia de estratificação econômica, um argumento apresentado por Pierre Bourdieu.

Em *A distinção*, seu enorme estudo dos hábitos de gosto do público consumidor francês, Bourdieu apresenta dois modos concorrentes de valorização estética: o gosto da classe trabalhadora - ou um gosto de necessidade - espera uma correspondência sensual e prática entre conteúdo e forma: a bela arte deve descrever coisas bonitas (flores, pôr do sol, crianças...). Em contraste e em oposição a isso, há o gosto burguês ou aristocrático - ou o gosto de reflexão - para quem a beleza vem daquilo que transcende os ditames estreitos da convenção artística: a bela arte deve recusar a lógica fácil e óbvia do prazer estético e nos surpreender com escolhas improváveis (fotografias de sujeira, couves ou árvores mortas). Embora Bourdieu não discuta o kitsch de modo a distingui-lo de práticas de gosto em geral, pode-se encontrar nas declarações de *A distinção* objetos e tendências estéticas que foram definidos aqui como kitsch. Bourdieu escreve:

(...) o gosto pelos quinquilharias e bugangas que adornam as cornijas e entradas (das classes trabalhadoras) é inspirado por uma intenção desconhecida dos economistas e estetas comuns, a de obter o máximo efeito pelo menor custo. . . (Bourdieu, 1984, p. 379).

Em muitos aspectos, a análise do kitsch de Bourdieu é consistente com o estudo oferecido aqui. Seu “gosto de necessidade” flexiona a característica introspectiva e desapegada de gostos mais autônomos, pois reforça a equação prática de forma estética e efeito, reivindicando um enraizamento no ritmo prático da vida diária. No entanto, há diferenças importantes que separam seu argumento daquele que acabamos de apresentar: onde Bourdieu fala de agentes de classe antagônicos disputando o capital cultural, ao invés disso, optei por considerar o kitsch em termos de um dilema moderno geral, próximo ao senso individual de identidade e de um sentido de lugar

dentro de uma estrutura social e cósmica. Este desacordo, embora seja teórico em sua essência, é apoiado por algumas evidências empíricas convincentes.

Como Richard Peterson tem mostrado, o modelo tradicional de estratificação cultural não é mais adequado para as condições de vida cultural contemporânea, que passou de “elite e massa para onívoro e unívoro” (: 243 Peterson, 1992). Onde uma vez teria sido possível alinhar as “quinquilharias e bugigangas” de Bourdieu ao longo de um eixo econômico, tal não é mais o caso, e é um traço das populações consumidoras contemporâneas a ampla mistura a partir de vários níveis da hierarquia de gosto. Com efeito, a dispersão ao longo de um eixo de gosto diversificado é o que caracteriza os gostos de elite, de acordo com Peterson. Isto sugeriria que o kitsch, que oferece uma sensação de reforço do repetitivo, aborda necessidades que ultrapassam aquelas de emulação de status e a afirmação dos interesses sociais e de classe: que o rico conteúdo hermenêutico de gostos sociais em geral, não pode ser reduzido às estruturas sociais que mediam, ou a produção de identidades sociais ou o escoramento da legitimidade de classe. Meu argumento foi que o kitsch responde às necessidades que são irreduzivelmente pessoais – que dizem respeito a um senso interior de segurança ontológica – uma crise que é parte integrante das condições da própria vida social moderna.

NOTAS

1. Para uma discussão acerca do livro de Broch, ver Boyers “On Kitsch: A Symposium”, Salmagundi no. 85–86, Winter–Spring 1990: 197–312

2. É importante, neste momento, não confundir o kitsch com seu primo próximo, o camp. O camp também reconhece e tira proveito de suas próprias falhas estéticas, mas o camp nunca tenta se redimir desta falha em um gesto maior de sinceridade ou de expressão estética. Performances do camp obtêm um prazer infinito dos elementos irreconciliáveis de sua dissimulação sem sucesso, enquanto o kitsch reúne seus elementos simples em uma declaração única, porém modesta de sinceridade. Esta distinção é discutida por Susan Sontag em seu famoso ensaio “Notes On Camp”: On Interpretation (1969) e Andrew Ross, “Uses of Camp”, in No respect: Intelectuls and Popular Culture (1989): 135-70.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADORNO, Theodore and HORKEIMER, Max. **Dialectic of enlightenment**. New York: Continuum, 1991.

BECKER, Howard. **Art worlds**. Berkeley: University of California Press, 1982.

BORDIEU, Pierre. **Distinction: A social critique of the judgement of taste**,. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1984.

BOYERS, Robert, ed. On Kitsch: a symposium, Salmagundi no. 85–86, Winter–Spring: 197–312, 1990.

BROCH, Hermann. **Notes on the problem of kitsch**, in Gillo Dorfles (ed.) *Kitsch: the world of bad taste*, 1970.

CALINESCU, Matei. **Five faces of modernity**, pp. 225–65. Durham, NC: Duke University Press, 1987.

DETOCQUEVILLE, Alexis. **In what spirit the americans cultivate the arts**, in B. Rosenberg and D.M. White (eds) *Mass Culture* , pp. 27–34. Glencoe, IL: Free Press, 1957.

DORFLES, Gillo. **Kitsch: the world of bad taste**. New York: Universe Books, 1969.

FISKE, John. **Reading the popular**. Boston, MA: Unwin Hyman, 1989.

GANS, Herbert J. **Popular culture and high culture: an analysis and evaluation of taste**. New York: Basic Books, 1974

GIDDENS, Anthony. **Modernity and self identity**. Stanford, CA: Stanford University Press. 1991.

GIESZ, Ludwig. **Kitsch- Man as tourist**. In: Gillo Dorfles (ed.) *Kitsch, the World of Bad Taste*, pp. 156–74. New York: Universe Books, 1969.

GOFFMAN, Erving . **The presentation of self in everyday life**. Woodstock, NY: Overlook Press, 1959.

GREENBERG, Clement. **Avant-Garde and Kitsch**. In: *Art and culture: critical essays* . Boston, MA: Beacon Press, 1961.

GROSSBERG, Laurence, et al. **Cultural studies: an introduction**, in Laurence Grossberg et al. (eds). *Cultural studies reader*. New York: Routledge, 1992.

HALL, Stuart. **Critical dialogues**, in David Morley and Kuan-Hsing Chen (eds) *Cultural Studies*. London and New York: Routledge, 1996.

HOWE, Irving. **Notes on mass culture**. In: B. Rosenberg and D.M. White (eds) *Mass Culture*, pp. 496–503. Glencoe, IL: Free Press, 1957.

KANT, Immanuel. **Critique of judgment, trans.** Werner S. Pluhar. Indianapolis, IN: Hackett Publishing Co, 1987.

KUNDERA, Milan. **The unbearable lightness of being**. New York: Harper and Row, 1984.

MACDONALD, Dwight. **A theory of Mass culture**. In: B. Rosenberg and D.M. White (eds) *Mass Culture*, pp. 59–79. Glencoe, IL: Free Press, 1957.

_____. **Against the american grain**. New York: Random House, 1962.

ORTEGA Y GASSET, Jose. **The Coming of the Masses**, in B. Rosenberg and D.M. White (eds) *Mass culture*, pp. 41–45. Glencoe, IL: Free Press, 1957.

PACKARD, Vance Oakley. **The status seekers: an exploration of class behavior in America and the hidden barriers that affect you, your community, your future**. New York: D. McKay, 1959.

PETERSON, Richard. **Understanding audience segmentation: from elite and mass to omnivore and univore**, *Poetics* 21: 243–58, 1992

REAGAN, Ronald. **Foreword**. In: George Mendoza (ed.) *Norman Rockwell's patriotic times*. New York: Viking, 1982.

ROSS, Andrew. **No respect: intellectuals and popular culture.** New York: Routledge, 1989.

SONTAG, Susan. **Against interpretation and other essays**, p. 277–93. New York: Laurel, 1969.

VEBLEN, Thorstein. **The theory of the leisure class.** In: Max Lerner (ed.) The portable veblen. New York: Viking, 1948.

WALTON, Donald. **A Rockwell portrait.** Kansas City: Sheed Andrews and McMeel, 1978.

ZOLBERG, Vera. **Constructing a sociology of the arts.** Boston, MA: Cambridge University Press, 1990.