

El Kitsch una indefinición generalizada.

Autor. D.I. Rebeca Valdés Morgado

Instituto Superior de Diseño.

La Habana 2009.

Resumen:

El Kitsch, una indefinición generalizada.

El Kitsch, un fenómeno casi tan antiguo como la producción seriada misma, que se obstina en permanecer latente y ha reaparecido una y otra vez durante todo un siglo, siempre disfrazado y con nuevos matices.

¿Dónde se encuentra la línea conceptual que separa al “Diseño” del “Kitsch”? Se puede hacer Diseño Kitsch, o solo es una mirada superficial del mercado de consumo a una profesión más abarcadora.

Al definir al término en cuestión se entra en un área gris, que no solo incluye al diseñador y al productor, también atañe a un público consumidor que se ve cegado por un desconocimiento de sus intereses, necesidades y entorno. La crítica al Kitsch no solo se puede hacer desde el análisis del producto ineficiente e irónico, debe además abarcar al usuario que lo demanda en el mercado.

Para los profesionales del diseño es una temática interesante y polémica, que tiene matices e indefiniciones, el debate sobre estos siempre es interesante y la pregunta que acecha es ¿Por qué el “Kitsch” sigue entre nosotros?

Kitsch puede haber en todo, en la literatura, en los programas televisivos, en el mismo comportamiento humano; pero desde el Diseño debe estar bien definido; aunque muchas veces se en nuestro entorno puede ser motivo de una sonrisa.

Introducción:

El Kitsch en nuestro mundo objetual persiste en mantenerse vigente, un modelo de producto que acompaña a la producción seriada desde sus inicios, se comercializa y consume una y otra vez, es objetos de miradas de asombro e ironía cada vez que lo vemos emerger en tiendas, hogares y hasta en las personas mismas. Desde la mirada del diseñador se impone siempre una crítica feroz, pero el anonimato de los creadores de estas mercancías frena el dialogo, ¿Serán productos concebidos por personas con desconocimiento de lo que hacen, o productos para personas con desconocimiento de lo que compran? La realidad es que están, generan ganancias, son consumidos y requeridos.

Podemos comenzar su rastreo histórico con la 1ra Exposición de Objetos industriales de 1851, en donde fruto de una revolución científico-técnica, se puso a disposición de productores maquinarias que ampliaban las capacidades productivas así como la gama de productos. Desde este punto aparecen reflejados en documentos, museos, vida cotidiana... productos de dudosa factura y análisis.

Los inicios de la profesión de Diseño evidencian una convergencia de ideas que fueron depurándose, adecuándose y generando análisis, desde este momento la crítica, al fenómeno al que nos referimos, ha generado preguntas, algunas sin respuesta.

Se pretende, volver sobre el Kitsch, ver su desarrollo y actualidad; aproximarnos a su crítica y entender si en se puede considerar al Kitsch como Diseño.

Desarrollo:

Igual desde hace mucho tiempo.

En la 1ra Exposición de Objetos industriales de 1851 muchas fueron las dudas y deslumbramientos por productos, que utilizaban los avances tecnológicos, para falsear materiales, crear apariencias suntuosas, “disfrazarse” de estilos y formas; se comenzaba a ver como la balanza se inclinaba hacia visualizaciones

externas glamurosas a los ojos de algunos que resultaban risibles a los ojos de otros, potenciando el factor formal no se intervenía con la misma intención en funcionalidad, uso, contexto. Teniendo tecnología a disposición se utilizaba en complacer visualizaciones dudosas para comercialización más factible, se perseguía falsificar la labor artesanal que valorizaba productos, para hacerlos más competitivos y asequibles a mayor rango económico, pero sin la misma calidad intrínseca.

Se inicia entonces una época de productos extra decorados de amplia variedad para satisfacer todos los anhelos estilísticos, solo asequibles a pocos dado su original valor intrínseco, pero ahora producidos seriadamente. La falsificación masificada de productos de elitistas, no por su valor como producto para satisfacer una necesidad física, sino como símbolo representativo de un estatus anhelado.

La visualización Kitsch en sus inicios no se limitó al objeto doméstico, funcional o decorativo ni a un contexto determinado, disfrazó todo a su paso, desde máquinas de vapor, telares, locomotoras, bicicletas, relojes y ningún objeto fue inmune a la satirización de su forma real, era necesario hacerlos parecer algo que no eran.

Volver a recordar el término Kitsch

El término Kitsch se deriva del alemán Yidis Etwas Verkitschen o Kitsching se traduciría como cursi, hacer pasar gato por liebre, es un término utilizado por comerciantes para designar a objetos de poco valor estético y fácil comercialización, como un acopia inferior al original de estilo existente.

“Es una cortesana vestida de señora”. G. Petronio

Es un fenómeno que se produce debido a una necesidad desmedida de comercialización de productos y se apoya en las ansias de estatus de los sectores con menos accesibilidad económica, debilidad que aprovechan los productores para vender objetos de baja calidad que juegan con rasgos formales y códigos visuales de productos de valor intrínseco alto, sea por sus materiales, factura o época, persiguiendo así la aceptación comercial.

Retomemos.

Su caracterización general es que subordinan los contenidos internos y básicos del diseño a la forma, mayoritariamente banal, carente de unidad y excesivamente recargada con elementos decorativos, anecdóticos y simbólicos, contienen una constante falsificación de materiales y no adecuan sus formas a la producción industrial, pero aprovechan las potencialidades tecnológicas para su reproducción; la intención principal es vender a partir de complacer el gusto “cuestionable” de un público.

La falta de autenticidad formal los identifica instantáneamente y la desmoralización del material los hace risible, el enmascaramiento de la tecnología y las materias primas, desestiman la visualización de un material por sus características propias para transformarlo en una imitación de lo que puede considerarse suntuoso o precioso a través de una imagen que es totalmente irreal. La apropiación de tendencias y estilos pasados de forma sobrecargada y sobredimensionada genera formas controvertidas y debatibles potenciando todos estos valores está claro que el objeto pierde en funcionalidad, usabilidad y comunicación de lo que realmente es.

Otra vez; es, o no es Diseño... no se ha dicho la última palabra.

¿Dónde se encuentra la línea conceptual que separa al “Diseño” del “Kitsch”?
¿Se podría afirmar que el Kitsch es Diseño con un enfoque mercantilista? ¿El Kitsch es mal Diseño? O simplemente que no es Diseño es solo Kitsch.

“Diseño es una actividad que tiene como objetivo la concepción de los productos, para que estos cumplan eficientemente su finalidad útil y puedan ser producidos garantizando su circulación y consumo.”

MCS D.I. Sergio Peña – Cuba

“... una actividad proyectual que consiste en determinar las propiedades formales de los objetos que serán producidos industrialmente. Por propiedades formales: las relaciones funcionales y estructurales que hacen que un objeto

tenga unidad coherente desde el punto de vista tanto del productor como del usuario...”

Tomas Maldonado - Italia

... definir las características estructurales, fisonómicas y funcionales necesarias para que un producto pueda materializarse y cumplir su cometido con la máxima eficacia y calidad.

Jordi Montaña –España

No es diseño.

Ante las definiciones de la profesión se evidencia la superficialidad innata de estos productos que apartan garantías de funcionalidad, usabilidad, productividad, eficiencia... todo con un propósito real, satisfacer una necesidad, que no es la apropiación de la función básica para la cual fueron concebidos, sino una más subjetiva, complacer deseos perceptivos, simbólicos y semánticos latentes en un sector de mercado.

Si es diseño.

Se podría considerar el Kitsch como Diseño, tomando en cuenta que detrás de esos productos existe una necesidad de representación, no práctica o física, sino psicológica; estos productos se conciben para una producción masiva con tecnología accesible, de bajo costo y para un usuario predefinido. Textualmente quizás se podría ubicar a este fenómeno dentro de dicha categoría, pero el análisis de los mismos los encuentra inevitablemente apartados de los valores principales del Diseño, la funcionalidad, la simplicidad, la usabilidad, la durabilidad....

De nuevo a la crítica.

La crítica al Kitsch no solo se puede y debe hacerse desde el análisis del producto ineficiente e irónico, debe además abarcar al usuario que lo demanda en el mercado, incluye al diseñador (los diseñadores anónimos) y al productor.

¿Quiénes diseñan los productos que invaden nuestros comercios?

¿Por qué no aparece en ellos la firma del autor como aparece la del fabricante?

¿Serán producciones anónimas o diseñadores anónimos?

¿Se trata de productos concebidos por otro tipo de profesional que desconoce los principios de la configuración de un producto?

Las preguntas al respecto esperan de una contraparte, que respondan a más de 100 años de crítica al Kitsch. Tiene sus detractores, pero también sus defensores. A pesar de la crítica feroz en muchos casos la realidad es que en nuestro entorno objetual proliferan sus representaciones.

La visualización y análisis ha tenido diversas aproximaciones al tema, el Movimiento Moderno histórico reprendía estoicamente al Kitsch, no solo en la crítica, además en sus diseños, la dogmática de las formas básicas y lo abstracto se oponía totalmente a este; pero existieron posturas menos agresivas, los postmodernos como el Estudio Alchimia y el Grupo Memphis desarrollaron conceptos, tesis y objetos utilizando postulados polémicos:

“...La gente solo se conmueve con lo banal...”

“...Las intenciones culturales del movimiento moderno han fracasado...”

Estudio Alchimia, A. Mendini.

Se diseñó desde el Kitsch en objetos portadores de fuertes tesis, y se comercializaron acercamientos al mismo con posturas irónicas y críticas que provocan reflexiones sobre la historia del Diseño.

¿Por qué el “Kitsch” sigue entre nosotros?

El Kitsch en Cuba está vigente, goza de muy buena salud, se consume adictivamente, nos abarrota y abigarra el contexto. En nuestra sociedad que persigue valores culturales y educativos se impone una cultura del objeto banal, muestra fehaciente son nuestros establecimientos comerciales; el hogar del cubano de finales del siglo XX y principios del XXI es un muestrario de todo lo anteriormente expuesto. En nuestro contexto particular el factor económico es un punto neurálgico; pero más importante es la deformación del consumidor

y sus preferencias. ¿Cómo se veía el entorno doméstico hace 30 o 40 años?
La involución es evidente.

Nuestro creciente “Kitsch Chino” nos recuerda constantemente nuestra condición tercermundista, de Asia nos llega una oleada asfixiante de “Made in China”, una etiqueta afrentada, que nos trae de todo, disfrazado de todo lo otro. Un volumen inmenso de productos, que parece no tener destino, son dirigidos por “alguien” hacia nuestro mercado.

El Kitsch sigue entre nosotros y el por qué está relacionado con los usuarios que lo consumen, quienes lo hacen y comercializan; pero... ¿Cómo se vería un mundo sin Kitsch, sin pseudo-diseños que nos provoquen guiños en el rostro y polémica en el análisis?

Conclusiones:

Dar una definición totalitaria o tomar partido no genera la diferencia, ni es la intención, tantos años de detracción al Kitsch no han hecho que desaparezca o disminuya su presencia; pero su análisis es provechoso, nos acerca a la esencia de una profesión a través de productos que casi siempre carecen de ella. El examen de lo no tan acertado muchas veces favorece el entendimiento de lo certero.

El kitsch es Kitsch y el Diseño es Diseño; existen campos de desarrollo de objetos esta la artesanía, el arte, el Diseño y también, por qué no, el Kitsch.

Kitsch puede haber en todo, en la literatura, en los programas televisivos, en el mismo comportamiento humano; pero desde el Diseño debe estar bien definido; aunque muchas veces, en nuestro entorno puede ser motivo de una sonrisa.

Bibliografía:

Slávov, Iván. El kitsch: fenomenología, fisonomía y pronóstico = Kichat.

Maldonado, Tomás. El Diseño Industrial reconsiderado: definición, historia, bibliografía

Pevsner, Nikolaus. Estudios sobre Arte, Arquitectura y Diseño; del manierismo al romanticismo era victoriana y siglo XX.