

A ARTE CONTEMPORÂNEA: Do Dadaísmo ao Pop Art

Merielle Espírito Santo Brandão

Falar em arte a partir do século XX é aceitar as divergências temporais quanto ao surgimento de novas concepções artísticas e os entraves entre os termos: arte moderna, arte pós-moderna e arte contemporânea.

A nova face da arte que surge em meados do século XX e vem se metamorfoseando até então, nasce em meio a um turbilhão de transformações do período histórico, que representa e instaura traços únicos do mesmo. A partir dos anos 1950, a arte acompanha as mudanças do pós-guerra e valida conceitos inovadores – comparados aos que eram postos como arte até então – refletindo o cotidiano comandado pelo capitalismo pós-industrial e suas tendências, e, ao mesmo tempo, atuando de forma crítica.

A arte que reflete o cotidiano pós-guerra, pós-industrial, é uma tendência que dissolve relações com a representação artística também de cunho inovador que acontecera anteriormente – as vanguardas.

Em meados dos anos 50, a revolta modernista tinha esgotado seu impulso criador. A sociedade industrial incorporara no design, na moda, nas artes gráficas não só a estética como o culto do novo pregado pelas vanguardas. (SANTOS, Jair Ferreira dos. O que é pós-moderno. p. 37)

O modernismo aconteceu no fervor da Primeira Guerra Mundial, e sua lógica estruturava-se em movimentos, até certo ponto independentes, porém compartilhando o mesmo ideal de libertação do que até então era visto como arte: a representação realista e naturalista do mundo e do sujeito presentes na arte Moderna.

As vanguardas artísticas transpõem em formas assimétricas, rudes e chocantes um mundo e um sujeito perplexo e perdido em meio ao caos de uma guerra. O Dadaísmo, o Futurismo, o Expressionismo, o Surrealismo e o Cubismo são vanguardas artísticas com conceitos diferentes, porém ligadas pelo mesmo desejo de que a arte passe a interpretar e não representar o mundo e o sujeito.

Basta comparar Da Vinci a Picasso. Reconheceríamos na rua a Mona Lisa, mas jamais encontraríamos fora da tela as cubistas Senhoritas D'Avignon, feitas em losangos, que abrem a pintura moderna em 1907. (SANTOS, Jair Ferreira dos. O que é pós-moderno. p. 35)

A arte do século XX, no entanto, não cedeu espaço apenas para uma produção e conceituação diferentes só com o Modernismo de vanguarda. As novas mudanças coletivas e individuais no mundo e no sujeito deram uma nova face fragmentada, experimentando assim outro tipo de arte. Contra o Moderno e o Moderno vanguardista, a arte contemporânea é um movimento sem o *hermetismo e o subjetivismo* de outrora.

O movimento aparece com um ideal inovador: simplificado e para o público – com características singulares, ele fará parte do desenvolvimento da Era informacional do Capital. A nova arte trouxe o cotidiano expresso da maneira que é vivido. A sociedade de consumo atrai a arte e quem a produz. A investida artística quer assegurar que a vida seja embebida de arte e vice-versa, por isso desloca-se do museu para a rua, ao alcance de todos, com a participação de todos. A arte vive uma *desestetização*.

[...] a desestetização e a desdefinição da arte, ela abandona a beleza, a forma, o valor ao supremo e eterno e ataca a própria definição, utilizando matérias do cotidiano e abandonando os convencionais. (SANTOS, Jair Ferreira dos. O que é pós-moderno. p. 38)

O padrão da produção de formas, de belo artístico é dissolvido. O apreciador, típico crítico conhecedor da história da arte, torna-se o sujeito qualquer.

[...] tornando-se Kitsch, a arte lisonjeia a desordem que reina no gosto do amador. O artista, o galerista, o crítico e o público comprazem-se juntos seja lá no que for, e a hora não é favorável ao rigor. (LYOTARD, Jean-François. O pós-moderno explicado às crianças. p. 19)

O nome parece fazer jus ao novo sentido de arte que invade o cotidiano – antiarte. Público e artista interferem, apresentam e desfazem a distância que havia entre si. A banalização se impõe, e tudo, de certa forma, torna-se passível de transformar-se em arte: os rótulos, os anúncios, os gibis e as revistas expressam a arte. O novo modelo de expressão artística passa a refletir a vida nos objetos de consumo, na publicidade e no design e são por eles injetados na cultura.

A antiarte trabalha sobre a arte de massa dos ilustradores de revistas, publicitários e designers, e acaba sendo uma ponte entre a arte culta e a arte de massa; pela singularização do banal (quando Andy Warhol empilha caixas de sabão dentro de uma galeria e diz que é escultura) ou pela banalização do singular (quando Roy Lichtenstein repinta em amarelo e vermelho, cores da massa, a Mulher com chapéu Florido, de Picasso). Elite e massa se fundem na antiarte. (SANTOS, Jair Ferreira dos. O que é pós-moderno. p. 37-38)

Há uma confirmação do estado *Kitsch* nos mais variados sentidos.

O Kitsch é uma mercadoria ordinária (Duden), é uma secreção artística da venda dos produtos de uma sociedade em grandes lojas que assim se transformam, a exemplo das estações de trem, em verdadeiros templos. (MOLES, Abraham A. O kitsch: a arte da felicidade. p. 10)

A fusão *Kitsch*, no sentido de misturar “elite” e “massa”, gerou um dos conceitos artísticos mais conhecidos na arte da atualidade: a *Pop Art*.

Assim como o Modernismo de vanguarda, a arte contemporânea criou grupos com formas artísticas diferentes, porém com o mesmo espírito de mudança. Dentre os vários movimentos como o Minimalismo, a Arte *Povera*, *Street Art*, *Art conceptual*, *Expressionismo abstrato*, *A Pop Art*.

Com dois expoentes principais, Andy Warhol (1928-1987) e Roy Lichtenstein (1923-1997), a *Pop Art* surge da crise que a arte vivia e encara a situação atual

instaurando a massificação da arte, a influência da cultura capitalista sobre ela e a valorização da Cultura *Pop*.

O movimento *Pop Art* expressa a necessidade de que vida e arte caminhem juntas. No entanto o movimento também fazia críticas ao consumo exagerado norteadado pelo capitalismo pós-industrial, o qual usou a arte para atrair consumidores em um processo de transformação da realidade em hiper-realidade. Resumidamente, o *hiper-real* é uma representação perceptível em propagandas com características singulares do *design*, e é caracterizada por formas avantajadas, cores vibrantes e atratividade que inebriam os consumidores. Exemplos da *hiper-realidade* bombardeiam a atualidade e são produzidos para todos os tipos de consumidores a partir de então. Desde *banners*, *outdoors*, revistas e propagandas, o objeto desejado é manipulado e passa a ter cor, brilho, forma e tamanho que diferem muito do objeto real, seja ele um *jeans*, um carro ou um simples sanduíche. A técnica inebria o espectador.

O espetáculo, compreendido na sua totalidade, é simultaneamente o resultado e o projeto do modo de produção existente. Ele não é um complemento ao mundo real, um adereço decorativo. É o coração da irrealidade da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares de informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto do entretenimento, o espetáculo constitui o modelo presente da vida socialmente dominante. Ele é a afirmação onipresente da escolha já feita na produção, e no seu colorário - o consumo. (DEBORD, GUY, A sociedade do espetáculo. 1967, p. 1)

É nesse aspecto de aceitação da crise, porém com atitude crítica ao modelo econômico, que a *Pop Art* envereda sua antiarte. Seu principal artista, Andy Warhol, ironizava a prática capitalista nos objetos e pessoas. Quadros de grandes personalidades como: Mao Tsé-tung, Marilyn Monroe, Elvis Presley, entre outros, foram serigrafados em cores fortes em um trabalho em série, mecânico.

Com os quadros Andy Warhol buscava demonstrar a superficialidade e o vazio que essas personalidades representavam. Entre os objetos, a sopa Campbell's foi

ironizada demonstrando o quanto era impessoal, produzida em massa e com um único fim concebível: o consumo.

As críticas ao consumo disseminado pelo capitalismo no pós-guerra estavam presentes em diversas manifestações artísticas, presentes em diversos movimentos que também engendrariam, a partir da arte, a rejeição ao modelo econômico que se infiltrava de forma latente na sociedade, como o movimento da contracultura.

Tratava-se, de fato, de um movimento de contestação que colocava frontalmente em xeque a cultura oficial, prezada e defendida pelo Sistema, pelo Establishment. Diante desta cultura privilegiada e valorizada, a contracultura se encontrava efetivamente do outro lado das barricadas. (PERREIRA, Carlos Alberto Messeder. O que é contracultura. p. 19)

Com seu auge em 1960, surgiu em meio a jovens intelectuais com atitude política – desfazendo a ideia de que era uma simples reunião de amantes do *Rock*, das drogas e do sexo livre. A "*Geração Beat*", ou os "*Beatniks*", nasceu antes da década de ouro do movimento e tinha em seu seio uma atitude contra o conformismo, o otimismo americano no pós-guerra e o consumismo. Em 1960 a consolidação da contracultura acontece pelo movimento hippie e seu estilo de vida simplificado e diferenciado.

Em linhas certamente muito gerais, este é o pano de fundo contra o qual vemos florescer toda a cultura jovem dos anos 60, batizada com o rótulo de contracultura. Esta por sua vez, se concretizou através de inúmeras manifestações surgidas em diferentes campos, como os da Arte, com especial destaque para a música, ou melhor, o rock; o da organização social, aparecendo em primeiro plano a ênfase dada pelo movimento hippie à vida comunitária, na cidade ou no campo; e, ainda, o da atuação política.(PERREIRA, Carlos Alberto Messeder. O que é contracultura. p. 40)

A crítica do movimento ganhou dimensão e não se limitou a pequenos grupos e pouco alarde. Toda uma ideologia foi expressa nos meios em que o sujeito pudesse atentar para as razões do movimento e suas causas, alertando-os sobre a importância de

negar as imposições do sistema. Usando a arte como agente transformador da realidade, a contracultura chegou ao teatro nos palcos da *Broadway* com o musical *hippie* ícone daquela época: *Hair* – de James Rado e Gerome Ragni – estreando em 17 de outubro de 1967, demonstrando a forte representatividade do movimento.

Na música, o festival eternizado que reuniu milhares de pessoas de 15 a 18 de agosto de 1969, o *Woodstock*, é mais um símbolo da geração que fez da arte seu escudo e sua arma.

A antiarte contemporânea interfere diretamente na realidade, reflete e simultaneamente critica o consumo, é a arte das massas, do pastiche, dos museus para as ruas. Representa uma desvinculação total para com os projetos de arte anteriores e sem tentativa interior de superação. Acontece à medida que o consumo acontece, porém norteadas pelas críticas sobre a vida momentânea sem interpretação ou virtude fortemente requerida. É a expressão máxima do cotidiano: a arte imita e é a própria vida.