



Revista História : Debates e Tendências (Online)

ISSN: 1517-2856

ISSN: 2238-8885

Universidade de Passo Fundo, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História

Trombetta, Gerson Luís

Sentimentalismo e kitsch: pontos cegos no modernismo artístico

Revista História : Debates e Tendências (Online),
vol. 20, núm. 1, 2020, Janeiro-Abril, pp. 152-169

Universidade de Passo Fundo, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em História

DOI: <https://doi.org/10.5335/hdtv.1n.20.10416>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=552464578010>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UABM redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Sentimentalismo e kitsch: pontos cegos no modernismo artístico

Sentimentality and kitsch: blind spots in the artistic modernism

Sentimentalismo y kitsch: puntos ciegos en el modernismo artístico

Gerson Luís Trombetta¹

Resumo: Na visão histórica de Clemente Greenberg, o modernismo é caracterizado pelo “purismo”, ou seja, pela recusa de agentes contaminantes na constituição das formas específicas de arte. O kitsch, no polo oposto, representa o conjunto dos elementos recusados pela opção modernista. Com base neste cenário, o artigo examina brevemente a história do kitsch, desde seu aparecimento nas “vitrines” (século XIX), destacando seus efeitos sentimentalistas. A hipótese da argumentação é que tanto o kitsch quanto o sentimentalismo representam pontos cegos do projeto modernista na compreensão da complexidade do ser humano.

Palavras-chave: História da arte. Kitsch. Modernismo. Sentimentalismo.

Abstract: In the historical vision of Clement Greenberg, modernism is characterized by the “purism”, that is, by the refusal of contaminating agents in the constitution of specific forms of art. Kitsch, on the other hand, represents all the elements refused by the modernist option. Based on this situation, the study briefly examines the history of kitsch, since its appearance in the “shop windows” (19th century), highlighting its sentimental effects. The argument hypothesis is that both kitsch and sentimentality represent blind spots of the modernist project in understanding the complexity of the human being.

Keywords: Art History. Kitsch. Modernism. Sentimentality.

Resumen: En la visión histórica de Clement Greenberg, el modernismo se caracteriza por el “purismo”, es decir, por el rechazo de agentes contaminantes en la constitución de las formas específicas de arte. El kitsch, en el polo opuesto, representa el conjunto de los elementos rechazados por la opción modernista. Sobre la base de este escenario, el artículo examina brevemente la historia del kitsch, desde su aparición en las “vitrinas” (siglo XIX), destacando sus efectos sentimentalistas. La hipótesis de la argumentación es que tanto el kitsch como la sentimentalismo representan puntos ciegos del proyecto modernista en la comprensión de la complejidad del ser humano.

Palabras clave: Historia del arte. Kitsch. Modernismo. Sentimentalismo.

1. A constituição histórica do “purismo” modernista

Para Danto (2006, p. 73), o modernismo artístico foi um momento no qual parecia que as coisas, em termos de arte, não podiam mais continuar lineares e novas fundamentações tinham que ser encontradas. Isso, explica, ao menos parcialmente, porque o modernismo assume, com grande frequência, a forma de manifestos. Essa tendência não foi, no início do século XX, restrita à arte. Todos os principais movimentos da filosofia, por exemplo (pragmatismo, positivismo lógico, fenomenologia, hermenêutica e o próprio materialismo histórico), buscaram reconstruir, cada um a seu modo, seus fundamentos, a partir de uma perspectiva autocrítica.

Greenberg, no seu *Pintura Modernista*, originalmente publicado em 1960, sustenta que a inauguração do movimento autocrítico foi realizada por Kant, que ele classifica como primeiro verdadeiro modernista por “criticar os próprios meios do criticismo”. O que Greenberg (2001, p. 101) vê, como essência do modernismo, consiste no “uso dos métodos característicos de uma disciplina para criticar essa mesma disciplina”. O objetivo de tal movimento autorreflexivo não é subverter tal disciplina, mas “entrincheirá-la (*to entrench*) mais firmemente em sua área de competência. O modernismo realiza uma crítica interna da arte o que significa dizer que a própria arte é o seu tema central. No caso da pintura, o movimento assumiria, conforme Greenberg, o papel de uma “pesquisa coletiva interna pela qual a pintura se esforça em exhibir o que ela própria é no ato de pintar” (DANTO, 2006, p. 74). O resultado esperado de tal empreitada autocrítica deveria ser de determinar os efeitos exclusivos de cada arte mediante suas operações e obras. Ao fazer isso, “cada arte iria, sem dúvida, restringir sua área de competência, mas ao mesmo tempo iria consolidar sua posse dessa área” (GREENBERG, 2001, p. 102).

A essência da arte coincidia, na abordagem de Greenberg, com tudo o que era único na natureza dos seus meios. Para ser fiel a sua essência, cada obra de arte precisava eliminar todo e “qualquer efeito que se pudesse imaginar ter sido tomado dos meios de qualquer outra arte ou obtido através deles” (GREENBERG, 2001, p. 102). Em consequência, cada arte se tornaria “pura”, e seria essa pureza que garantiria seus padrões de qualidade e sua independência. Em síntese, para Greenberg (2001, p. 102), pureza “significa autodefinição, e a missão da autocrítica nas artes tornou-se uma missão de

autodefinição radical (*whit a vengeance*)”. Uma pintura de Cézanne como *As Banhistas* (1898) pode ser considerada uma obra modernista pois tomou radicalmente a sério o meio retangular e plano da tela, sacrificando a verossimilhança ou a exatidão do conteúdo retratado. No caso da pintura, “foi a ênfase conferida à planaridade inelutável da superfície que permaneceu, porém, mais fundamental do que qualquer outra coisa para os processos pelos quais a arte pictórica criticou-se e definiu-se a si mesma no modernismo” (GREENBERG, 2001, p. 103). A planaridade seria, pois, a essência da pintura, o que não exclui a representação figurativa (*As Banhistas* exemplificam isso) mas exclui a ilusão, proporcionada por recursos tridimensionais, como a perspectiva, que, por serem tomados de empréstimo de outras artes, seriam contaminantes.

Além da pintura, o projeto autocrítico do modernismo pode ser identificado em outras expressões artísticas, tais como a música e a arquitetura, para ficar em apenas dois exemplos. Com efeito, o código oferecido por Greenberg ajuda a descriptografar o que marca o expressionismo de Arnold Schönberg (1894-1951), na música, e o funcionalismo radical de Le Corbusier (1887-1965), na arquitetura. No caso de Schoenberg, o dodecafonismo² estabeleceu-se como uma crítica interna e formal ao sistema tonal, na esteira de um movimento já iniciado por Liszt e, sobretudo, por Wagner. Bastante próximo de artistas visuais (tendo se tornado amigo de pintores influentes, como Gerstl e Kandinsky), Schoenberg traduziu para a música os ideais modernistas da “pureza” apontados por Greenberg na pintura. O efeito disso é uma sonoridade que recusa um ouvido desatento ou interessado apenas no seu próprio prazer. A música dodecafônica exige um ouvido disposto a prestar atenção nela mesma, naquilo exatamente que faz a música ser o que ela é. Elementos subjetivos na composição ou efeitos emocionais no ouvinte, seriam apenas decorrências de segunda ordem nessa música e não afetariam a natureza da sua linguagem essencial.

O mesmo norte programático é compartilhado, na arquitetura, por Le Corbusier. Inspirado na frase popularizada pelo arquiteto americano Louis Sullivan: “a forma segue a função”, Le Corbusier adota um conjunto de princípios de como deveria ser uma arquitetura harmonizada com os tempos modernos. De índole purista, Le Corbusier (2002) nega os aspectos decorativos e atribui como metas para a arquitetura, a eficiência, a precisão, a rapidez e a funcionalidade. As emoções, que deveriam acompanhar a arquitetura, deveriam limitar-se ao encontro com uma grande intenção, com uma planta com disposições pensadas a partir das suas relações com o conjunto e inspirada na engenharia. O projeto funcionalista visa, em outras palavras, afastar a arquitetura de

qualquer sentimentalismo (*sentimentality*) exigindo do homem moderno, uma capacidade de viver sem “objetos inúteis” e “ninharias ridículas”, preferindo o conforto de um ambiente funcional. A arquitetura deveria perseguir a sua essência (função), recusando qualquer inclinação decorativa ou compromisso estético.

Voltando a Greenberg, o que é importante destacar no seu raciocínio é a potente visão histórica que dá sentido ao modernismo. Para Danto (2006, p. 75) é crédito de Greenberg o fato de ter percebido a guinada histórica que o modernismo representa como “história do autoexame”, e de ter identificado nele uma verdade histórica geral como fundamento inabalável. O programa crítico modernista é dirigido contra qualquer arte mesclada, qualquer mistura. No entanto, tal matriz essencialista transborda o campo da arte e alcança o que se compreende por ser humano, no sentido moral, político e estético. Não é possível encontrar espaço, na equação purista, para experiências complexas ou sentimentalistas. O discurso autorreferente da arte moderna exige, de parte do espectador, uma iniciação intelectual que lhe ofereça as ferramentas conceituais para ingressar no processo de interpretação. Sem isso, é impossível compreender o sentido expressado pela obra e a experiência sensorial fica prejudicada. Não é de estranhar, pois, as críticas pesadas que Greenberg faz ao kitsch, que representa uma espécie de contrário absoluto com relação aos ideais modernistas. Com efeito, o kitsch propõe a mais “impura” das experiências estéticas, por convidar à complexidade, à saturação de estímulos, ao exagero e ao sentimentalismo. Examinaremos mais de perto o conflito entre modernismo e kitsch na próxima seção.

Para Danto (2006, p. 78) o efeito mais drástico e chocante do purismo é que, visto dialeticamente, o análogo político do modernismo na arte poderia ser o totalitarismo, com suas ideias de pureza racial e seus propósitos de expulsar os agentes contaminantes. Não se quer aqui “acusar” Greenberg de totalitarista ou insinuar que artistas engajados no modernismo fossem simpatizantes de práticas eugênicas. Pelo contrário, os artistas modernistas foram amplamente perseguidos por governos totalitários de todos os espectros políticos. O que parece claro é que a forma como Greenberg compreende o espírito da época, deporta os aspectos complexos, diversificados e sentimentais (capacidades inferiores de sentir) constituintes do ser humano à territórios longe das tarefas da arte, reduzindo as relações estéticas a processos de decodificação altamente intelectualizados. Tal postura está bem explícita no ensaio *Vanguarda e kitsch* publicado em 1939, bem antes, portanto do *Pintura modernista* (1960).

2. Os truques do kitsch

O ensaio *Vanguarda e kitsch* evidencia que, já em 1939, Greenberg estava com as intuições de sua filosofia básica da história, que culminou com a tese do essencialismo, bastante maduras. De acordo com o referido texto, a mais importante função da vanguarda não era “experimental” ou simplesmente inovar, “mas encontrar um caminho no qual fosse possível manter a cultura *em movimento* em meio à violência e à confusão ideológicas” (GREENBERG, 2001, p. 29). O efeito imediato disso é o afastamento completo do público. O poeta ou o artista de vanguarda, na busca da expressão de um absoluto (em que todas as relatividades e contradições fossem dirimidas) e como condição para manter o alto nível da arte, acabaram por restringi-la, dificultando o acesso interpretativo e a fruição.

Foi na busca do absoluto que a vanguarda - e também a poesia – chegaram à arte “abstrata” ou “não objetiva”. O poeta ou artista de vanguarda tenta imitar Deus, criando algo válido unicamente em seus próprios termos, tal como a própria natureza é válida, tal como uma paisagem - não a sua imagem - é esteticamente válida; algo *dado*, incriado independente de significados, similares ou originais. O conteúdo deve ser tão completamente dissolvido na forma que a obra de arte ou literária já não possa ser reduzida no todo ou em parte a algo que não seja ela própria (GREENBERG, 2001, p. 29).

O objetivo da vanguarda, sugere Greenberg (2001), seria criar na arte como que uma realidade paralela, com tanto sentido quanto a realidade primeira e qualidades estéticas capazes de substituir montanhas, bosques, oceanos, flores, árvores e corpos. Uma obra de arte, assim concebida, não deveria significar, mas ser. Em termos históricos e filosóficos, tal projeto se demonstrou impossível. Desde o caso Richard Mutt (*Fontaine*, 1917) de Duchamp, até as caixas de Brillo Box, de Andy Warhol, na década de 1960, a arte tem flertado intensamente com objetos prontos (*readymade*), ou seja, com a realidade primeira³. Há pois, na teoria de Greenberg, pontos cegos, aspectos inalcançados que correspondem ao contrário do puro, e apontam para experiências mais humanas e complexas que envolvem até mesmo a questão sobre “o que é arte”. Os *readymade* levantam essa questão de dentro da arte, o kitsch⁴, escancara o problema de fora.

O kitsch representa, para Greenberg (2001, p. 32), a retaguarda do projeto da vanguarda, e é fruto da revolução industrial que urbanizou as massas e implantou a alfabetização universal. Os camponeses e a pequena burguesia, uma vez estabelecidos

nas cidades, aprenderam a ler e escrever, mas lhes faltou o ócio e o conforto necessário para desfrutar a alta cultura da cidade. Ao mesmo tempo, tais classes se viram afastadas da cultura popular do campo, experimentando novas formas de tédio, o que exigiu da sociedade urbana respostas e compensações. Para novas formas de tédio, novas formas de prazer. É exatamente o consumo (baseado na tríade “ver, desejar e possuir”) de bens culturais que assumirá papel central no mecanismo de compensação estética no mundo urbano. Na próxima seção apresentaremos como as construções de vidro impulsionaram e consolidaram essa nova cultura. Por agora, basta detalhar as características gerais das mercadorias faziam girar velozmente a roda do consumo a partir da Revolução Industrial, ou seja, os objetos kitsch.

O kitsch⁵ usa, como matéria-prima, os “simulacros aviltados e academicizados da cultura genuína” (GREENBERG, 2001, p.32). Habita, por decorrência, no lado de fora daquilo que é genuíno. Seu atributo central, portanto, é a falsidade e as sensações que produz são falsas também. O kitsch, “é o epítome de tudo o que há de espúrio na vida de nossos tempos” (GREENBERG, 2001, p. 32) e, sorrateiramente, finge não exigir nada do consumidor, apenas seu dinheiro. O fato de ser fabricado mecanicamente, em quantidades infinitas, faz dele parte integrante do sistema produtivo, estágio que a arte jamais poderia atingir. Fruto de investimentos, precisa mostrar retorno e ampliar mercados o que exige estratégias publicitárias: “Uma revista como a *New Yorker*, que é fundamentalmente um kitsch de alta classe para o comércio de luxo, transforma e dilui uma grande quantidade de material de vanguarda para seus próprios fins” (GREENBERG, 2001, p. 33).

O truque do kitsch é tomar emprestado aspectos de uma cultura amadurecida, seus temas, expedientes e regras, convertendo-os em um sistema próprio e descartando o resto. As novidades da cultura tem, após um certo tempo, seus efeitos saqueados, e estes são reconfigurados e vendidos. A estratégia do kitsch é capitalizar tais “efeitos”, por isso é ardiloso e produz tentações até mesmo para artistas de vanguarda: “Escritores e artistas ambiciosos consentem em modificar seu trabalho sob pressão do kitsch, quando não sucumbem inteiramente a ele” (GREENBERG, 2001, p. 34).

O kitsch é um grande sucesso de mercado, propiciado pela abertura do acesso direto aos objetos pelas grandes massas. Sua capacidade de “capturar a imaginação” de uma maneira tão ampla tem a ver, como sugere Greenberg, com a estratégia de imitar os efeitos dos processos artísticos. Se outrora a imitação (da natureza) sustentava a arte, agora, o mesmo princípio dá guarida a seu subproduto mais ilustre. Imitando efeitos da arte, ou mesmo, colocando-se como substituto imediato da natureza, o kitsch ainda

precisava de uma outra estratégia para consolidar seu fascínio: ser visto com frequência, não apenas em revistas, mas próximo da mão, disponível para o consumo imediato. É com relação a isso que a utilização do vidro na arquitetura urbana terá um papel decisivo.

3. O kitsch na vitrine: uma breve história das transparências

Além da reprodutibilidade propiciada pelo desenvolvimento técnico (BENJAMIN, 1975), um fator crucial que eliminou a distância entre o público e os objetos culturais, foram reformas urbanas na Europa, no final do século XVIII e durante o XIX, de modo especial em Paris. Inaugurando o consumo moderno, caracterizado pela tríade, “ver, desejar e possuir”, tal fenômeno arquitetônico pode ser considerado como a infraestrutura do kitsch. As passagens parisiense sintetizam as novidades que aparecerão nos cenários urbanos em tal período. Construídas entre 1780 e 1860, as passagens funcionavam como lugares de trânsito e eram ladeadas por casas comerciais (ver exemplo na figura 1) e aos poucos se transformaram no verdadeiro “modo de ser” urbano.

Figura 1 – Passagem Choiseul, Paris / Foto de Roger Viollet/Cordon Press



Fonte: www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquiteturismo/13.145/7334

A novidade arquitetônica ofertava algo que parecia inconcebível até então e que logo se transformou em um hábito urbano: passear (flanar) sem rumo fixo (BENJAMIN, 2007). O novo espaço permitia uma locomoção mais tranquila, livre dos riscos de choques com carruagens ou cavalos, longe da lama, da sujeira e de vias mal iluminadas e sem transporte público. As passagens foram financiadas por investidores ligados ao comércio, que aproveitaram a especulação imobiliária pós Revolução Francesa e, normalmente, eram construídas sobre mansões aristocráticas e conventos demolidos. O que importa

destacar, considerando os propósitos do artigo, é a quase onipresença ali do vidro, componente fundamental para a constituição da cultura do consumo. Com efeito, com a substituição dos grandes tetos de madeira por metal e vidro, criando espaços iluminados (protegidos das intempéries e separados dos riscos das vias comuns), as passagens se tornaram um ambiente privilegiado para a contemplação das vitrines (também envidraçadas). Tal atividade era absolutamente democrática (por assim dizer) e podia ser realizada tanto por pobres quanto por ricos, “criando ali um voyeurismo ímpar e uma igualdade cidadã que, mesmo relativa, não tinha precedentes” (OLALQUIAGA, 2007, p. 20).

O uso decorativo do vidro, o metal e os espelhos, realçava e colocava os bens de consumo ao alcance dos olhos (e das mãos), celebrando a grande conquista do capitalismo e das técnicas de reprodução (BENJAMIN, 1975). Desejados por muitos, de fácil acesso para alguns e quase inalcançáveis para outros, os pequenos objetos de consumo proliferaram no século XIX na esteira de uma classe média emergente e de lugares como as passagens, inaugurando uma nova cultura. Se em tempos aristocráticos, a relação com os objetos (como os artísticos) ficava restrita à contemplação distante e o acesso era apenas para uns poucos abastados, com o desenvolvimento das técnicas de reprodução e o conseqüentemente barateamento, ver, desejar e possuir tais mercadorias ficou bem mais fácil. As transparências das vitrines, neste particular, são decisivas para excitar o desejo. Sem serem vistos, escondidos nos recantos íntimos das casas aristocráticas, os objetos não eram desejados. Expostos nas vitrines das passagens, as quinquilharias passam a ingressar no campo do “irresistível”. Mais que simples objetos, os bens de consumo representam “imagens de sonhos” (BENJAMIN, 1997) e desejos utópicos. Para Olalquiaga (2007, p.21), “a compra destas mercadorias acalmava a sede de transcendência temporal, substituindo uma época passada e rígida por outra ligeira e móvel, onde o mundo passa a ser sentido como mais próximo graças à enorme quantidade de objetos acessíveis”.

As ruas feitas de metal e vidro sintetizam o impacto que as “imagens de sonho” (que marcam a relação com o kitsch) tiveram sobre os habitantes das cidades e como a própria sociedade se transformou culturalmente com a produção (e consumo) em massa de bens de consumo. Ironicamente, as passagens, que haviam surgido como uma válvula de escape das agressões das ruas, seriam consideradas poucas décadas mais tarde como sufocantes e inabitáveis. A alegre excitação das passagens mais tarde dará lugar à decadência, ao abandono e à prostituição. No seu auge, porém, as passagens atuaram

como verdadeiras incubadoras de uma forma de relação que depois se espalharia por todos os recantos da vida.

A fragilidade e a transparência do vidro converteu-se simbolicamente em uma espécie de “aura da modernidade” que substituiu a aura do sagrado (BENJAMIN, 1975) das épocas anteriores. Sua vasta expansão comercial, durante o século XIX, expandiu intensamente o prazer moderno de “ver, desejar e possuir”, estimulando o fenômeno do *voyeurismo* mercantil, algo completamente distinto se comparado com as experiências contemplativas presentes nas relações tradicionais com a arte. A possibilidade de observar “através do vidro” garantia o anonimato, condição que permitia ao sujeito lançar olhares vorazes ao objeto confinado na vitrine, antecipando o prazer de tê-lo. De parte do objeto, a presença na vitrine altera sua condição. Deixa de ser um objeto comum, invisível, para converter-se em algo atraente. A falta de singularidade dos objetos reproduzidos em massa é compensada, assim, por uma apresentação cuidada e espetacularizada no contexto da vitrine. É assim que o vidro reconstitui a aura que o objeto perdera no processo de massificação.

Outro exemplo da importância do vidro na consolidação de novas formas de consumo é primeira exposição, em escala mundial, de produtos industriais, realizada em 1851. Tal exposição teve como sede o *Crystal Palace* em Londres (Figura 2), justamente uma grande construção de metal e vidro.

Figura 2 – Crystal Palace (Londres)



Fonte: <https://www.britannica.com/topic/Crystal-Palace-building-London>. Acesso em 15/8/2019.

O Palácio de Cristal está perfeitamente harmonizado com o paradigma das passagens parisienses ao dedicar uma gigante arquitetura de ferro e vidro a uma nova

maneira de atrair os potenciais consumidores. No ano em que foi sede da “Grande Exposição dos Trabalhos da Indústria de Todas as Nações” (1851), o edifício foi visitado por seis milhões de pessoas de todo o mundo (OLALQUIAGA, 2007, p. 30). O evento contou com catorze mil expositores e exibiu a impressionante quantia de cem mil artigos variados, dentre os quais muitos que não titubearíamos em denominar de kitsch. Além de servir para a exposição de objetos, o Palácio de Cristal se converteu (a exemplo das passagens) em um ponto de encontro para amigos e passeios para famílias, aliando o tempo da diversão com o acesso à riqueza industrial. Em 1845, sua estrutura foi desmontada, trasladada e remontada em Sydehnam Hill, próximo do centro de Londres, passando a abrigar uma mescla de produtos e atividades que envolviam exposições de rosas, concursos de gatos e cachorros, festivais de música, exposições de arte e fotografias, além de sediar escolas de arte, ciências, música e engenharia. Teve um uso agitado até 1911, quando foi confiscado e posteriormente, durante a Primeira Guerra, utilizado como depósito naval. Nos vinte e cinco anos seguintes permaneceu silencioso até ser consumido por um incêndio de origem desconhecida (em 30/11/1936) transformando-se em uma ruína enegrecida.

O que importa destacar na história de ascensão e queda do Palácio de Cristal é a sua contribuição no desenvolvimento de um novo modo de relação com os bens culturais (ver, desejar e possuir), na consolidação do vidro como substituto da aura, além do seu papel de inaugurar uma tendência que vai se tornar hegemônica nos objetos kitsch: a imitação da natureza. Segundo Olalquiaga (2007, p. 34) as críticas mais contundentes que se dirigiram às exposições do Palácio de Cristal eram dirigidas ao caráter eclético de suas numerosas obras de arte assim como a aplicação de modelos orgânicos para compor o design das manufaturas industrializadas. Muitas exposições foram acusadas de romper com as formas clássicas, caindo no mau gosto e cometendo o pecado do kitsch. O mais “escandaloso”, segundo os críticos, era a tentativa da própria arquitetura do edifício de imitar um jardim de inverno, imenso e transparente, cuja fauna e flora (os objetos) estavam congelados. A imitação da natureza como tentativa de harmonizar o orgânico com o industrial não estava só no design do edifício. Muitos objetos expostos compartilhavam dessa utopia. Tal foi o caso da utilização de objetos de história natural, que, já gozando de popularidade como objetos de coleção desde o Renascimento, estavam se convertendo em itens de consumo. No Palácio de Cristal, muitos animais tratados com técnicas de taxidermia foram expostos em situações cômicas e postos à venda (BEAVER, 1970). Excêntricos e de gosto duvidoso, tais objetos produziam a ilusão de experiências

naturais, como se tais animaizinhos estivessem desfrutando de plena vida. O segredo do Palácio de Cristal era o justificado receio de perder o contato com o mundo natural que, paradoxalmente, tinha que ser sacrificado em nome do progresso econômico e científico, pondo em risco a natureza, referência de significado (estético e moral) durante séculos. A preservação da natureza com plantas e animais ornamentais representava, literalmente, “uma última linha de defesa a fim de reter um mínimo de sentido de pertencimento a uma ordem natural” (OLALQUIAGA, 2007, p. 37).

A taxidermia foi substituída gradativamente por outros materiais (madeira, louça, cerâmica, gesso e, já no século XX, o plástico), mas a imitação da natureza permaneceu como um clássico do kitsch (ver figura 3). A natureza imitada, recomposta em gesso, plástico, concreto armado e outros materiais, assume o papel de trazer, ao alcance da experiência estética, ecos de um mundo que já não existe na paisagem cotidiana. A “imagem de sonho”, presente em tais réplicas, evoca aquela sensação de que o mundo é um lugar para se estar em casa, uma emoção que poderia receber o nome de sentimentalismo (*sentimentality*), como sugere Solomon (1991).

Figura 3 – Simpático eco da natureza



Fonte: acervo pessoal

4. Sentimentalismo e kitsch como “pontos cegos”

A abordagem de Greenberg, conforme apresentamos anteriormente, coloca, em polos opostos, o tipo de experiência que o kitsch proporciona e as utopias do modernismo. Ao adotar o caminho “essencialista” (de acordo com o diagnóstico de Greenberg), o modernismo parece ter recusado qualquer aproximação com os aspectos complexos e sentimentalistas da experiência estética. Na mesma esteira crítica, o kitsch foi rotulado

como um verdadeiro *outsider* estético, totalmente dominado por falsidade, ilusão e efemeridade. É exatamente neste ponto que localizamos a presença de um ponto cego, tanto no projeto modernista como tal quanto na crítica de arte que adotou o modelo essencialista. Se, de um lado, é preciso admitir, sem dúvida, que o kitsch flerta explicitamente com a falsidade, de outro, o impulso que nos leva até eles - não o impulso de consumir, mas a necessidade de reviver sensações e sentimentos que outrora a natureza oferecia - é uma característica profundamente humana. Se quisermos entender a complexidade do que move e determina esteticamente as escolhas e os prazeres humanos é preciso tomar a sério o intrincado mecanismo dos efeitos do kitsch. Tal é a hipótese central que inspira nossa argumentação.

A tríade “ver, desejar e possuir”, possibilitada pela produção em massa de objetos aliada à expansão do vidro permitiram que uma crescente parcela de pessoas (de diferentes classes) pudesse decorar seus espaços com objetos kitsch. Seja por seu valor nostálgico ou divertido, tais objetos fazem parte da vida cotidiana das pessoas, cumprindo o papel de “espelhos” de expectativas e sentidos. O kitsch assume, assim, a despeito de todas as pertinentes críticas, uma presença e um papel decisivo na vida. Seu fascínio tem a ver com algumas características que passam longe da linguagem “pura” e quase criptografada do modernismo. Vamos a elas: a) o kitsch é claro e simples: sua base são imagens figurativas fáceis de entender, que não necessitam de um conhecimento estético profundo ou uma análise complexa para serem fruídas. Por conta disso, um público amplo pode encontrar ali experiências estéticas satisfatórias e prazerosas; b) O kitsch é nostálgico: sua presença evoca momentos significativos do passado (viagens, encontros com amigos, situações familiares) ou mesmo tempos que nos são alheios e que imaginamos de maneira idealizada. Exemplos disso são os *souvenirs*, que tanto podem ser de um lugar efetivamente visitado como de um lugar que idealizamos; c) o kitsch é repetitivo e criado em massa: as pretensões de autenticidade e valorização do original em geral não se aplicam a tais objetos. Ele utiliza elementos já existentes na cultura e na arte, imitando seus efeitos estéticos, como mencionamos anteriormente. Voltados para a venda em grande quantidade, os objetos kitsch são, em sua grande parte, baratos e acessíveis. Em certos casos, porém, isto não se aplica já que existem artefatos de boa qualidade ou, simplesmente, grandes, que podem assumir alto preço. Reproduções em gesso (ou concreto) de animais de grande porte para adornar jardins, ou mesmo chaveirinhos com reproduções sofisticadas de um ponto turístico podem ser bastante caros; d) O kitsch mimetiza elementos da cultura popular. Isso o conecta diretamente com

o imaginário coletivo já existente em um tempo e em um espaço determinado. Lojas de produtos regionais são ricas em objetos industrializados que reforçam estereótipos e não se confundem com os produtos artesanais legítimos; e) O kitsch, em várias das suas versões, utiliza imagens ou formas com apelo erótico, provocando o espectador. Exemplos disso são os pôsteres de *pin-ups* ou canecas com o formato de seios. f) o kitsch é sentimentalista: os objetos kitsch e suas imagens “bonitinhas” despertam no espectador emoções doces e prazerosas. Muitos autores consideram isto como negação do aspecto trágico da realidade e como uma emoção falsa. É inegável porém, a força de atração de réplicas em gesso de animais sorridentes. É óbvio que, com seu conteúdo sentimentalista e fácil de entender, pode ser utilizado como uma ferramenta política e ideológica. Exemplo claro disso são muitas das ilustrações e pinturas de Norman Rockwell (1894-1978), que retratam situações idílicas e de paz, mesmo em um contexto de depressão e guerra (figura 3).

Figura 3: Norman Rockwell - *Freedom from want* (1943)



Fonte: <https://www.nrm.org/2016/11/freedom-want-1943>. Acesso em 5/8/2019.

Sobre a questão do sentimentalismo, que aparece frequentemente como um efeito do kitsch, há necessidade de um esclarecimento fundamental. Os modernismos (conforme vimos anteriormente, de modo especial na pintura, na música e na arquitetura) nega qualquer importância dos efeitos sentimentalistas. O que se exige do espectador é um comportamento quase científico, de atenção plena a uma outra linguagem e de interpretação. As emoções, se aparecerem, são complexas e flertam com o sublime e com prazeres de ordem superior. Ignorar o sentimentalismo teve, no entanto um preço: de um

lado separou a arte da vida e, ao mesmo tempo, negou uma oportunidade de colocar no horizonte das preocupações artísticas e críticas, aspectos que movem o ser humano. Neste sentido, se outrora a transparência do vidro permitiu o acesso ao objetos estimulando o desejo e capturando a imaginação dos potenciais consumidores, o kitsch poderia, num movimento dialético, permitir acesso à compreensão dos elementos que configuram o homem médio. Para tanto, é preciso problematizar a complexidade do sentimentalismo e não somente taxa-lo de emoção menor e sem importância.

Para Solomon (1991, p.1-2), a conexão imediata entre kitsch, mau gosto e superficialidade, tem a ver com que a visão negativa justamente do sentimentalismo (*sentimentality*). O autor expõe cinco críticas feitas quando identificamos sentimentalismo e kitsch: que o sentimentalismo envolve ou provoca uma expressão excessiva de emoção; que o sentimentalismo manipula nossas emoções; que as emoções expressas no sentimentalismo são falsas ou fingidas; que as emoções expressas no sentimentalismo são baratas, fáceis e superficiais; que o sentimentalismo é autoindulgente, impedindo condutas e respostas apropriadas; que o sentimentalismo distorce nossas percepções e interfere no pensamento racional e na compreensão adequada do mundo.

Tais críticas perfazem o ponto de vista *standard* do sentimentalismo e contestá-lo têm duas rotas possíveis (KNIGHT, 1999, p. 414): uma é defender o sentimentalismo a partir de dentro das próprias críticas, assumindo que nem sempre ele é prejudicial. Essa é a posição defendida por Newman (2002); a outra é argumentar que existe algo parcial e/ou inverídico na visão *standard*. Tal é a posição assumida por Solomon (1991). Para sustentar sua tese, Newman alega que existe um sentimento não avaliativo mas descritivo de sentimentalismo; tal emoção é neutra, não servindo como referência para avaliar o que é ou não arte, e aparece em todos os gêneros (poesia, prosa, arte representacional, etc.). O sentimentalismo, portanto, não seria um gênero, um estilo ou uma forma; é sim, algo que atravessa a experiência com as artes, sendo usado para satirizar ou dramatizar a sensibilidade. Tal recurso não aparece apenas na cultura popular, mas, também, na assim chamada alta arte. O impressionismo, com o uso de cartas, calendários, agendas, bandejas, toalhas de chá e um sem número de itens colecionáveis, flertou diretamente com tudo o que é criticado na visão *standard*. Tal perspectiva demonstra, como já apontamos anteriormente, uma bloqueio ou “ponto cego” nas distinções entre modernismo, vanguarda e kitsch de Greenberg. Ademais, o que é vanguarda em uma geração, pode se transformar em kitsch alguns anos depois.

Solomon (1991), por sua vez, faz a defesa do sentimentalismo a partir do diagnóstico que a visão *standard* é eivada de preconceitos. O problema central das acusações contra o sentimentalismo residiria nas nossas visões deficientes sobre as emoções em geral e, em particular, sobre os sentimentos mais brandos. Tais preconceitos tem, obviamente, um braço filosófico. Esse é o caso da visão de Kant, exposta de maneira especial na *Crítica da Faculdade do Juízo* onde, apesar do esforço de demonstrar o caráter estético-sentimental que acompanha juízos sobre a beleza e o sublime, restringe-os apenas à aplicação de uma “faculdade de sentir superior”. O sentimentalismo, assim, é tratado como deficitário, tanto sob o ponto de vista estético quanto moral. Ao passo que referências morais e racionais são objetivas, universais e desinteressadas, meros sentimentos são o oposto: subjetivos, particulares e interessados. O legítimo e verdadeiro, em termos de conhecimento, também funciona a partir do mesmo “preconceito”: o racional é, por princípio, sem emoção. Isso sem contar o preconceito de gênero: o sentimentalismo com frequência é associado ao feminino (como ausência de autodomínio), ao passo que o racional é associado ao masculino, ao controlado e previsível.

Em termos de relação com a arte e com o kitsch, a visão *standard* nutre o preconceito (SOLOMON, 1991) que o sentimentalismo violaria a autonomia do indivíduo, tornando-o vulnerável e manipulável. É como se a suposta “vítima” fosse estranhamente agredida quando reage de forma prazerosa a algo, se deixando levar por intrusões emocionais indesejadas e perniciosas. Disfarçado de inocente e trabalhando por dentro, o sentimentalismo arruinaria o eu racional. Não concluimos nesta direção quando uma pessoa está, por assim dizer, sob o domínio da razão. O que está como pano de fundo de tais inferências é a perspectiva, inverídica segundo Solomon, de que nossas emoções, ao contrário de nossas “razões”, não são verdadeiramente “nossas” e são mais humilhantes que enobrecedoras. É importante levar em conta que Solomon (1991) defende não o sentimentalismo como um todo mas, sim, especialmente os sentimentos “gentis”, que aparecem na relação com o kitsch.

O fato é que, as relações que estabelecemos com o kitsch podem representar um privilegiado laboratório de experiências para compreender como se formam as tendências emocionais e como o ser humano vai constituindo seus horizontes de referências. Ao abrir mão deste “ponto cego” o modernismo acabou reforçando a visão estereotipada (*standard*) do sentimentalismo. Experiências e respostas racionais exigem abertura ao desconhecido, gasto de energia mental, ponderação, reflexão e “gerenciamento” de

sentimentos conflitantes. O sentimentalismo preocupa pois, diferentemente da abordagem racional, nos expõe diretamente mostrando, talvez, nossas emoções mais claras e honestas. As críticas ao sentimentalismo, com sua potente base filosófica, acabam por tornar desinteressante a tentativa de ver as coisas do ponto de vista do sentimentalista. Sua postura é imediatamente taxada de superficial, barata e falsa. Com essa atitude, acabamos, como sugere o dito popular, por “jogar fora o bebê com a água do banho”. Ao negar a presença determinante do sentimentalismo assumimos como natural, a presença de um “ponto cego” no interior não apenas do projeto artístico moderno, como na própria compreensão do que é o humano.

Referências

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução*. São Paulo: Abril Cultural, 1975. (Os Pensadores).

_____. Onirokitch: glosa sobre o surrealismo. *Revista USP*, n. 33, mar/mai, 1997. p. 187-189.

_____. *Passagens*. Belo Horizonte: UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2007.

BEAVER, Patrick. *The Cristal Palace, 1851-1936: a portrait of victorian enterprise*. Londres: Hugh Evelyn, 1970.

BERGER, John. *Modos de ver*. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BROCH, Hermann. Kitsch y arte de tendencia. In: DORFLES, Gillo. *El kitsch: apologia del mal gusto*. Barcelona: Lumen, 1973. p. 68-76.

_____. Notas sobre el problema del kitsch. In: DORFLES, Gillo. *El kitsch: apologia del mal gusto*. Barcelona: Lumen, 1973. p. 49-67.

CALINESCU, Matei. *As cinco faces da modernidade: modernismo, vanguarda, decadência, kitsch, pós-modernismo*. Lisboa: Vega, 1999.

CARCHIA, Gianni; D'ANGELO, Paolo. *Dicionário de Estética*. Lisboa: Edições 70, 2009.

DORFLES, Gillo (org.). *El kitsch: apologia del mal gusto*. Barcelona: Lumen, 1973.

DE DUVE, Thierry. Kant depois de Duchamp. *Revista do Mestrado em História da Arte* (EBA/UFRJ). Rio de Janeiro, p. 125- 152, 2º semestre, 1998.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1972. (Debates).

GREEMBERG, Clement. Vanguarda e kitsch. In: FERREIRA, Glória; COTRIM, Cecília. *Clement Greemberg e o debate crítico*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2001. p. 27-43.

KALISCH, Volker. Mozart und Kitsch: "Ein musikalischer Spaß"? *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*. v. 23, n. 1. (Jun., 1992), p. 43-60

KNIGHT, Deborah. Why we enjoy condemning sentimentality: a meta-aesthetic perspective. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*. V. 57, n. 4 (Autumn, 1999), p. 411-420.

KARPFEN, Fritz. *Kitsch*. Lisboa: Antígona, 2017.

KULKA, Tomás. *Kitsch and art*. Pennsylvania: The Pennsylvania State Press, 1996.

LE CORBUSIER. *Por uma arquitetura*. 6. ed. São Paulo: Perspectiva, 2002.

OLALQUIAGA, Celeste. *El reino artificial: sobre la experiencia kitsch*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2007.

MOLES Abraham. *O kitsch*. São Paulo: Perspectiva, 1971.

NEWMAN, Ira. The alleged unwholesomeness of sentimentality. In: NEILL, Alex; RIDLEY, Aaron. *Arguing about art: contemporary philosophical debates*. 2. ed. London: Routledge, 2002. p. 320-332.

SOLOMON, Robert. On kitsch and sentimentality. *The Journal of Aesthetic and Art Criticism*. vol. 49, n. 1, p. 1-14. Winter, 1991.

Submetido em: 14/07/2019

Aprovado em: 14/09/2019

Publicado: 15/12/2019

¹. Doutor em Filosofia pela Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2006); realizou estágio pós-doutoral em Filosofia na Universidade Federal de Minas Gerais (2015); é professor do Programa de Pós-Graduação em História e dos Cursos de graduação em Filosofia, Música e Arquitetura da Universidade de Passo Fundo. E-mail: gersont@upf.br.

². Técnica de composição musical em que não há hierarquia entre os doze sons da escala cromática, onde as noções de tônica e dominante, por exemplo, deixam de fazer sentido.

³. Sobre a dificuldade de “encaixar” os *readymade* na perspectiva purista do modernismo e o impacto disso para a história da arte, sugerimos o trabalho de Thierry De Duve (1998), *Kant depois de Duchamp*.

⁴. A etimologia e a inauguração do uso do termo “kitsch” é incerta. Para a maior parte dos pesquisadores do tema, o termo vem do verbo alemão *kitschen* (CARCHIA; D’ANGELO, 2009, p. 223), que significaria (na oralidade) algo como “recolher o lixo” ou, ainda, “fazer móveis novos com velhos (MOLES, 1975, p. 10). A etimologia está ligada também à *verkitschen*, algo como “trapacear, receptar, vender alguma coisa em lugar do que havia sido combinado” (MOLES, 1975, p. 10) ou “maquiar móveis para que pareçam antigos” (ECO, 2007, p. 304). A palavra “kitsch”, na interpretação mais hegemônica, seria de origem alemã e começou a ser utilizada em Munique com a intenção de desvalorizar certos tipos de arte, em meados do século XIX. Sobre a origem do termo vale a pena consultar também o trabalho de Matei Calinescu (1999), *As cinco faces da modernidade: modernismo, vanguarda, decadência, kitsch, pós-modernismo*.

⁵. Como se pode intuir, a visão de Greenberg é profundamente negativa com relação ao kitsch. Tal perspectiva é compartilhada por outros autores, tais como Kulka (1996), Eco (1972) e Karpfen (2017). Está presente, também, na mais famosa antologia sobre o tema, organizada pelo italiano Gillo Dorfles (1973), contendo o influente ensaio “Notas sobre el problema del kitsch”, de Herman Broch.