

**“ODIAR ROMERO BRITTO É FÁCIL”
A RELAÇÃO ENTRE CULTURAS ERUDITA E DE MASSAS NO CADERNO
ILUSTRADA DA FOLHA DE S. PAULO**

Natália Favrin Keri¹

Resumo:

O artigo tem como objetivo investigar as representações sociais acionadas na discussão sobre o relacionamento entre as culturas erudita e de massas no campo artístico atual. O ponto de partida é a leitura atenta de duas reportagens sobre artes visuais publicadas no caderno Ilustrada do jornal *Folha de S. Paulo*, textos que têm como temática central as intersecções entre estas duas modalidades culturais, a saber “Baixa performance alta” (11 set. 2013) e “Odiar Romero Britto é fácil” (3 mai. 2015). Os textos jornalísticos, construídos na confluência entre os campos comunicacional e estético nos dias atuais, permitem a investigação sobre os fenômenos sociais da construção do gosto. O trabalho filia-se aos estudos da produção comunicacional que utilizam a ótica e o método da análise do discurso.

Palavras-chave: Jornalismo cultural. Análise do discurso. Cultura de massas. Cultura Erudita. Gosto.

Para escrever sua reportagem de capa do caderno Ilustrada da *Folha de S. Paulo* de três de maio de 2015, a jornalista Anna Balloussier entrou em contato com 22 representantes do meio artístico para investigar uma questão: a produção do artista pernambucano Romero Britto é arte? Logo na abertura do texto, a repórter narra o resultado da apuração: quase metade dos entrevistados se recusou a responder. “‘Queima o filme’, disse o assistente de um importante galerista de SP” (BALLOUSSIER, 2015b).

O texto jornalístico desenvolve-se em torno da polêmica da inclusão ou não de Britto no campo das artes. Para decidir o que é ou não arte, a cultura possui instrumentos específicos. Um deles, essencial, é o discurso sobre o objeto artístico, ao qual reconhecemos competência e autoridade. Esse discurso é o que proferem o crítico, o historiador de arte, o perito, o conservador de museu. São eles que conferem o estatuto de arte a um objeto (COLI, 1982, p. 10). Desta forma, o discurso sobre a arte configura não só a leitura das obras como valida um objeto no circuito artístico, atuando na construção dos limites deste campo em um determinado tempo e espaço.

¹ Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. E-mail: natalia.keri@usp.br.

Na visão do sociólogo francês Pierre Bourdieu, a arte é produzida em um meio autônomo, denominado campo artístico, que se constitui como um espaço de disputa entre indivíduos que procuram estabelecer diferentes maneiras de legitimar sua produção entre distintas definições do Belo (BOURDIEU, 2005, p. 262).

Em termos gerais, o conceito de campo pode ser definido como uma rede de relações objetivas de dominação, subordinação, complementaridade ou de antagonismo. Cada posição no campo é definida por sua relação objetiva com outras posições, na estrutura de distribuição geral de propriedades. As posições dependem da estrutura do campo e impõem determinações e tomadas de posição aos seus ocupantes. A estrutura do campo decide a distribuição das espécies de capital e dos lucros postos em jogo.

Sob esse ponto de vista, a reportagem sobre o estatuto de Romero Britto reflete um destes jogos de definição de posições, em que atores da “alta cultura” definiram que “um Britto vale como pintura de rodapé” (BALLOUSSIER, 2015c).

O material jornalístico analisado é composto de três textos: uma apresentação sobre a polêmica da inserção de Romero Britto no campo das artes, publicada na capa, um texto em que o escritor Paulo Coelho comenta sobre a relação entre Britto e a crítica de arte e um texto em que os membros do meio artístico justificam sua rejeição ao pintor.

Na abertura, é construída uma comparação que utiliza a isotopia da alimentação: enquanto Romero Britto descreve-se como “um *macaron* de morango da Ladurée” (referência ao doce de amêndoas e à confeitaria francesa), seus críticos consideram-no “*fast-food*”. É traçado também um paralelo entre Britto, que é um “doce de pessoa” e os críticos que são “amargos”. Esta configuração de posições irá se reproduzir ao longo dos três textos, em que a produção de Britto é ligada a uma representação social da cultura de massas, agradável e de fácil consumo, mas de baixa qualidade estética, enquanto os membros do campo artístico ficam ligados às representações do cerebral e exigente, porém desagradável.

Como explica Charaudeau, as representações constituem um sistema de regulação de práticas sociais.

As representações, ao construírem uma organização do real através de imagens mentais transpostas em discurso ou em outras manifestações comportamentais dos indivíduos que vivem em sociedade, estão incluídas no real, ou mesmo dadas como se fossem o próprio real. Elas se baseiam na observação empírica das trocas sociais e fabricam um discurso de justificativa dessas trocas, produzindo-se um sistema de valores que se erigem em norma de referência (CHARAUDEAU, 2010, p. 47).

Assim, a utilização de tais representações indica discursivamente a exclusão da produção de Britto de um circuito de arte mais institucionalizado, ligado a espaços de legitimação, como a universidade.

Nesse contexto, escritor Paulo Coelho é convidado a comentar o assunto por ser amigo do pintor e também por viver uma situação homóloga à de Britto no campo literário: é rejeitado pela crítica apesar de seus livros serem extremamente populares. No segundo parágrafo do texto, ambos são discursivamente inseridos no grupo de artistas da cultura de massas, pois é narrado que eles se conheceram no Fórum de Davos, em que “os dois entraram na cota de celebridades convidadas para discutir economia, como o *rockstar* Bono e o ator Matt Damon” (BALLOUSSIER, 2015a).

Para se defender do discurso de deslegitimação construído por atores do campo artístico, e também defender Britto, Paulo Coelho atua no sentido de desqualificar discursivamente os críticos: “Perguntar ao escritor o que ele pensa da crítica é perguntar a um poste o que ele pensa do cachorro” (BALLOUSSIER, 2015a). Ao deslegitimar os críticos, empodera o público, “quem realmente importa”. Em sua entrevista, Coelho cria uma oposição entre o criador cuja produção volta-se para o interior do campo artístico e seu público especializado e aquele que se volta para o público em geral. Ele diz: “Enquanto artistas se trancam em mundinhos para tentar impressionar o seu par, o Romero vai à luta, viaja o tempo todo” (BALLOUSSIER, 2015a). Entrevistado, Britto diz que não quer virar um “restaurante de comida exótica que ninguém quer” (BALLOUSSIER, 2015c), recorrendo a uma nova metáfora ligada ao universo da alimentação. Esse tipo de legitimação pelo grande público, porém, é característica da cultura de massa e aproxima-os novamente desta modalidade cultural.

Esta postura de relação estreita com atores e procedimentos da cultura de massas emerge como um dos alicerces do afastamento tanto do escritor quanto do pintor do campo da cultura erudita. Como explica Alfredo Bosi (1992), a cultura brasileira deve ser vista como um sistema plural, formado pelas culturas erudita, centrada nas universidades; criadora intelectualizada, integrada por intelectuais desvinculados da academia; de massas, ligada à indústria cultural; e, por fim, a popular.

O levantamento, em chave analítica, encontrou três conjuntos culturais bem diferenciados, e aponta, em seguida seus cruzamentos: cultura erudita, indústria cultural e cultura popular. Acrescenta uma quarta faixa, muito menos uniforme,

pela sua própria gênese: a cultura criadora individualizada. Esta última vive precisamente, mas de modo mais intenso e mais dramático, a relação intelectual-sociedade, com todas as consequências do desenraizamento e do desencantamento próprios dos sistemas de classes e do consumismo que marcam a vida de relação do nosso país (BOSI, 1992, p.337).

Segundo o autor, as atividades culturais estariam polarizadas principalmente nas universidades e nos meios de comunicação de massa. A cultura criadora individualizada, à qual estão vinculados os artistas profissionais, desenvolve-se na tensão entre instâncias de cultura altamente institucionalizadas e as instâncias populares, entre a expressão pessoal e a tradição formal historicizada. Impõe-se por isso o desafio de aspirar à superação das barreiras erguidas pela divisão social e pela escassa escolarização.

Ao mesmo tempo, existe um processo de regulação da circulação de atores sociais entre os diferentes *status* culturais, como descreve o crítico de arte Clement Greenberg: “Do modo como o vejo, em termos simplificados, a alta cultura é sempre ameaçada por novas candidatas à cultura. E quanto maior o número de novos candidatos, mais seus critérios são ameaçados. Isso parece uma questão de registro” (GREENBERG, 2013, p.380).

Estas interações entre as modalidades culturais estão marcadas pelas relações sociais de formação e estabelecimento do gosto. Uma narrativa interessante desta questão é colocada com clareza por Jones Bergamin, diretor da Bolsa de Arte, uma das maiores casas de leilão do Brasil, entrevistado sobre Romero Britto. “Ele [Romero Britto] é cada vez mais rico e vende mais e cada vez mais é odiado. Se você entra na casa de um amigo seu e ele tem um Romero, pode acabar rotulado pelo mau gosto” (BALLOUSSIER, 2015c).

Bourdieu (2011), em sua investigação sobre a construção social do gosto, identifica uma oposição entre aquele voltado para a reflexão, ligado às classes com alto capital cultural e econômico, e aquele baseado nos sentidos, ligado às classes com menores capitais. O primeiro é descrito por Bourdieu como voltado para a arte legítima, para o prazer do intelecto, pelas discussões formais. O segundo está ligado à simplicidade, à decifração cômoda e pouco dispendiosa e pelo prazer corporal. Nesta lógica, a obra de arte de melhor qualidade está ligada a um prazer ascético, de sublimação da natureza.

Já as classes médias, de maneira geral, procuram a ascensão social por meio do máximo “rendimento cultural” pelo menor custo material. Desta forma, ao buscar o hábito cultural que confere mais distinção, as classes sociais ascendentes valorizam produtos

culturais mais clássicos e legitimados socialmente, como as exposições de grandes mestres da pintura ou de artistas contemporâneos “da moda”. Outras características das camadas médias são a preocupação com a conformidade, a busca por autoridade e modelos de conduta e o conservadorismo.

Entrevistado sobre Romero Britto, Pedro Mastruobuono, diretor do Instituto Volpi, resume essa relação social: “Sua obra é o *fast-food* das artes plásticas. A massa consome com mais facilidade gatinhos multicoloridos, assim como há mais consumidores de cachaça, comparado com quem aprecia um *Romanée Conti*”, referindo-se ao vinho francês (BALLOUSSIER, 2015c).

Na frase acima reproduzida, aparece uma tentativa de estratégia discursiva de apagamento da relação socioeconômica envolvida na questão do gosto. Este mecanismo pode ser assim resumido, utilizando-se a mesma analogia: o vinho *Romanée Conti* é apreciado por poucos paladares sensíveis por ter um sabor altamente refinado e complexo, enquanto a cachaça, por ser mais simples, é mais adequada a um consumo de uma maior quantidade de pessoas, desprovidas de tal paladar mais aguçado. Desta forma, como explica Bourdieu (2011), constrói-se um processo de naturalização das relações sociais de formação do gosto, transformando-as em uma questão de sensibilidade individual (ou dom).

Para explicar o porquê de a arte ser inacessível a algumas parcelas do público, Arthur Danto (1964) utiliza o exemplo de um hipotético senhor Testadura, que não consegue distinguir uma obra de arte de um objeto comum. Danto explica: “*We cannot help him until he has mastered the is of artistic identification and so constitutes it a work of art. If he cannot achieve this, he will never look upon artworks: he will be like a child who sees sticks as sticks*” (DANTO, 1964, p. 579). Este “ser” da identificação artística nada mais é que a inserção de um objeto em um “mundo” discursivo que provê conceitos teóricos para sua delimitação, visibilidade e entendimento.

Desta forma, o contato do público com uma obra de arte é mediado por um conjunto de fatores culturais, educacionais, sociais e econômicos que vão regular a formação do gosto, entendido aqui como um mecanismo de distinção social.

O gosto encontra-se na origem do sistema dos traços distintivos que é levado a ser percebido como uma expressão sistemática de uma classe particular de condições de existência, ou seja, como um estilo distintivo de vida (BOURDIEU, 2011, p. 163).

O gosto é neste sentido um princípio de tudo o que se é para os outros, daquilo que serve de base para se classificar a si mesmo e pelo qual se é classificado. A partir deste ponto de vista, na busca por um espaço privilegiado no campo artístico tem maior peso o olhar e aprovação dos pares do interior deste campo. De certa forma, a qualidade de um trabalho artístico é proporcional à qualidade social de seu público.

Este mecanismo irá configurar um conjunto de características do campo artístico, em especial a recusa da lógica econômica, entendida como o processo em que os artistas abrem mão de ganhar dinheiro para adquirir capital simbólico e prestígio entre os pares (BOURDIEU, 2005). Essa recusa busca reforçar a autonomia do campo artístico em relação ao campo econômico, dominante em termos de poder.

A ligação direta com o campo econômico é justamente a característica escolhida pelo meio artístico como argumento central da rejeição de Britto. Condena-se claramente o sucesso comercial do artista, a “fusão entre arte e negócios”.

Mas não se trata apenas de exigir o afastamento do campo econômico. A análise da reportagem mostra que as críticas estão ligadas ao fato deste sucesso estar desligado de processos institucionais de produção de valor e legitimação do campo artístico. Como esclarece o próprio texto jornalístico: para ser incluído no campo é preciso ter obras presentes em coleções privadas, em museus e ser representado por galerias de renome.

Desobediência às regras do meio. Romero teria pulado etapas ao dispensar o “selo de qualidade” de uma Bienal e irradiar seu legado por meio da própria galeria, como se dissesse: “Obrigado, deixa que me viro sozinho” (BALLOUSSIER, 2015c).

O argumento de aproximação com o campo econômico também é central no segundo material analisado, que noticia a aproximação entre artistas da indústria cultural e do campo das artes visuais. Publicada na capa do jornal *Folha de S. Paulo*, a reportagem “Baixa performance alta” (MARTÍ, 2013) tem como enfoque a mistura entre “alta” cultura, representada pela *performance*, e “baixa” cultura, na forma de música *pop*. O texto é estruturado discursivamente de modo a qualificar negativamente a aproximação dos dois campos, como uma espécie de profanação.

Os artistas do *pop* são descritos no material jornalístico com representações sociais ligadas ao extravagante: a cantora Lady Gaga aparece “quase nua com conchas do mar coladas nos peitos” e o *rapper* Jay-Z “se autoproclamando ‘Pablo Picasso da era moderna’”. Enquanto a *performer* Marina Abramovic é classificada como “seriíssima” e “pioneira da *performance* sofrida”, Jay-Z é o “*rapper* de correntonas douradas balangando em torno do pescoço”, que canta “versos sobre tomar champanhe e viver no Louvre” (MARTÍ, 2013). Novamente, repete-se a oposição agradável/baixa qualidade *versus* desagradável/cerebral, com a diferença que desta vez a metáfora está ligada ao corporal, entre sensualidade e sofrimento.

A parceria entre os dois é narrada nos termos de um rapto: “arrastou a diva da *performance*, Marina Abramovic, para o centro do seu picadeiro” (MARTÍ, 2013). Chama a atenção a utilização de palavra ligada ao mundo circense (“picadeiro”), que no contexto carrega a representação de pouca seriedade e de um espetáculo leviano. O trabalho conjunto entre a *performer* e o *rapper* é classificado como “operação de *marketing*” e “oportunismo”, em que a artista vende a “aura da arte”, por “dinheiro e promoção” (MARTÍ, 2013).

No entanto, essa inter-relação, transcorre por meio de uma retroalimentação. Os artistas da indústria cultural ganham legitimação por ligarem sua produção a um ator do campo da arte, enquanto estes se apropriam de uma parcela de espaço midiático. Assim, as aparições de um artista ou de uma obra na imprensa refletem um processo de construção da reputação e até de conservação desta reputação ao longo da história.

A única acumulação legítima, para o autor como para o crítico, para o comerciante de quadros, como para o editor ou o diretor de teatro, consiste em fazer um nome, um nome conhecido e reconhecido, capital de consagração que implica um poder de consagrar objetos (é o efeito de grife ou da assinatura) ou pessoas (pela publicação, a exposição etc.), portanto conferir valor, e de tirar lucros dessa operação (BOURDIEU, 2005, p. 170).

Como observamos nos materiais jornalísticos estudados, atualmente, do ponto de vista da carreira de um artista, ser objeto dos meios de comunicação de grande circulação pode ter um efeito duplo. No que se refere ao prestígio junto aos pares, a exposição midiática pode ter um efeito negativo, ligado à excessiva popularização e “comercialização” do artista.

Esta popularidade opõe-se ao “outro lado da *performance* atual”, descrito a partir da segunda metade do texto jornalístico analisado. Consiste em ações engajadas, em um trabalho menos “glamouroso” e “menos espalhafatoso”. Um dos artistas norte-americanos ligados a essas atividades classifica a mistura entre *performance* e música *pop* como “uma cultura perigosa”. A frase é corroborada por uma curadora brasileira, que afirma: “Marina Abramovic é a Madonna das artes visuais. Já virou indústria cultural” (MARTÍ, 2013). Um artista brasileiro entrevistado vai na mesma linha: “hoje tudo se devora e se desgasta”. Somente uma entrevistada defende a liberdade da artista “fazer o que quiser”, sem se preocupar com a avaliação dos pares. No texto fica clara que a aproximação é condenada por ter como objetivo ganhos econômicos, *marketing* e “*glamour*”.

O jornal também publica um panorama histórico do gênero em que lembra que a modalidade artística “era sinônimo de dor”, que “fiscava o olhar pela crueza e aflição que causava” (MARTÍ, 2013). São descritas então algumas performances em que artistas se colocaram em situações desagradáveis ou causaram ferimentos em si mesmos. O texto desta forma estabelece a base para a traição do gênero, quando afirma que o objetivo da *performance* em sua origem era “desmaterializar a obra de arte, para que ela deixasse de ser produto e virasse ação efêmera e invendável”. Nas últimas linhas, o jornalista chega a desqualificar o gênero *performance* como um todo, dizendo que a “fúria arrefece” e que “foi digerido”.

Reafirma-se então a valorização da negação da economia como critério para definir arte. Mas novamente não se trata de um afastamento puramente do campo econômico. O prestígio e aceitação no campo artístico da *performance* estão também condicionados ao afastamento de manifestações da indústria cultural, por meio da produção de obras voltadas apenas para o próprio campo e a partir de questões estéticas em circulação neste espaço.

Considerações finais

O presente artigo identificou para o jornalismo impresso diário um papel de síntese de segunda instância para um público que se posiciona em espaços fronteiriços do campo artístico. Seu papel é arranjar um conjunto de práticas artísticas, críticas, historiográficas e teóricas de forma a amparar um grupo de práticas sociais de aquisição de capital cultural. Ao escrever o que deve ser visto e sentido, o autor-jornalista responde a uma necessidade do público por legitimação e inserção social.

Notou-se nos textos analisados um forte embate entre a cultura de massas e a cultura erudita (chamadas de baixa e alta culturas). Em termos dos cadernos culturais como um todo, esta relação discursiva surpreende, pois frequentemente as matérias sobre artes visuais convivem com textos sobre cinema, música popular e televisão.

Como nos lembra Bosi (1992), a relação entre cultura erudita e as culturas popular e de massas pode se dar de diversas formas complexas, como por exemplo o nacionalismo estético e crítico praticado por Mário de Andrade ou a antropofagia, conceituada por Oswald de Andrade. É importante lembrar que para ele, o artista brasileiro tem como desafio aspirar à superação das barreiras erguidas pela divisão social, problematizando as culturas popular e institucionalizada. No entanto, os textos em questão silenciam sobre as complexidades destas apropriações culturais, criando uma relação discursiva binária.

Nos enunciados estudados, quanto menor o espaço de intersecção com a cultura popular ou de massas e maior a transformação dos seus elementos, mais legitimada é a produção. Depreende-se desta postura discursiva que o autor-jornalista procura legitimar-se enquanto par do campo artístico, para um público que também se quer afirmar portador de um capital cultural elevado. Por isso, no interdiscurso projeta uma tendência de rejeição às formas populares ou da indústria cultural.

Referências

BALLOUSSIER, Anna. 'Ele vai à luta', diz escritor Paulo Coelho. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 3 mai. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/217952-ele-vai-a-luta-diz-escritor-paulo-coelho.shtml>>. Acesso em: 9.jul.2015.

BALLOUSSIER, Anna. Odiar Romero Britto é fácil. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 3 mai. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/217951-odiar-romero-britto-e-facil.shtml>>. Acesso em: 9.jul.2015.

BALLOUSSIER, Anna. Para meio artístico, Britto visa o lucro e não questiona nada. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 3 mai. 2015. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/217953-para-meio-artistico-britto-visa-o-lucro-e-nao-questiona-nada.shtml>>. Acesso em: 9.jul.2015.

BOSI, Alfredo. Cultura brasileira, culturas brasileiras. _____. In: **Dialética da colonização**. São Paulo: Companhia das Letras, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre: Zouk, 2011.

_____. **As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick. **O discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2010.

COLI, Jorge. **O que é arte?**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1982.

DANTO, Arthur. The Artworld. **The Journal of Philosophy**, Nova Iorque, v. 61, n. 19, 1964. Disponível em: <<http://faculty.georgetown.edu/irvinem/visualarts/Danto-Artworld.pdf>>. Acesso em: 10 jun. 2015.

GREENBERG, Clement. **Estética doméstica**. São Paulo: Cosac Naif, 2013.

MARTÍ, SILAS. Baixa performance alta. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 11 set. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/128418baixaperformancealta.shtml>>. Acesso em: 2 jul. 2015.