

COLÉGIO DRUMMOND

A MASSIFICAÇÃO DAS ARTES POR MEIO DAS OBRAS DE ROMERO BRITTO

Lorena, SP

2025



Ana Clara Barbosa Eklund da Silva

Clara Trautmann Carnelós

Miguel Nogueira de Lourenço

Patrícia Cristina Cardoso Bustamante

A MASSIFICAÇÃO DAS ARTES POR MEIO DAS OBRAS DE ROMERO BRITTO

Relatório apresentado à 9ª FEMIC - Feira
Mineira de Iniciação Científica.

Orientação do Prof. Patrícia Cristina Cardoso
Bustamante

Lorena, SP

2025



RESUMO

Este trabalho estuda a massificação da arte de Romero Britto, investigando os fatores que favoreceram a popularização de seu estilo e a recepção do público em diferentes contextos culturais e comerciais. Examina o desenvolvimento do artista e a transição de sua arte de um estilo particular para um modelo comercial, além do impacto da massificação na autenticidade da expressão artística, discutindo se a produção em larga escala compromete a essência e o valor do trabalho de Britto. O projeto surgiu do interesse pela relação entre consumo, expressão artística e o papel do artista na sociedade. A pesquisa baseou-se em questionários e entrevistas, analisados qualitativamente e quantitativamente, abordando questões artísticas e a massificação relacionada ao pintor. Aplicada nas regiões Sul e Sudeste do Brasil, entre abril e junho de 2025, com alunos do Ensino Médio (71 respondentes) e profissionais da área artística, cujas respostas foram comparadas. Observou-se que muitos conhecem as obras, mas poucos sabem quem as criou. Apenas um demonstrou desejo de posse, embora a maioria tenha acesso em locais públicos e comerciais. Houve divergência sobre as consequências da massificação, mas a maioria acredita que democratiza a arte. As entrevistas revelaram contradições sobre consumo, valor artístico, democratização e originalidade, refletindo a complexidade das opiniões sobre Britto e os limites da arte. Conclui-se que o debate sobre o valor da produção artística é multifacetado, envolvendo originalidade, estética, mercantilização, consumo e expressão, além do papel social do artista frente ao capitalismo. A massificação rompe com a tradição de o público buscar as obras, pois as obras vão até o público, facilitando o acesso à arte e cultura.

Palavras-chave: Massificação; Artes



SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	5
2 JUSTIFICATIVA.....	8
3 OBJETIVOS.....	9
4 METODOLOGIA.....	10
5 RESULTADOS OBTIDOS.....	11
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	13
REFERÊNCIAS.....	15
APÊNDICE 1-ENTREVISTA.....	20



1 INTRODUÇÃO

Para compreender as tensões entre diferentes formas de apreciação e reconhecimento da Arte, é fundamental recorrer ao conceito de campo artístico desenvolvido por Pierre Bourdieu. De acordo com o sociólogo francês, o campo artístico constitui um espaço social relativamente autônomo no qual distintos agentes (artistas, críticos, instituições e colecionadores) disputam legitimidade, prestígio e poder simbólico. Nesse âmbito, o que está em jogo é a definição do que é ou não considerado Arte legítima.

O gosto dominante, também denominado gosto legítimo, corresponde àquele que se alinha aos valores e padrões estabelecidos por instituições com elevado capital cultural. Portanto, é possível afirmar que se trata de um gosto que foi cultivado e validado por agentes especializados, como: Instituições de Ensino Superior, críticos de Arte, museus e galerias de prestígio, colecionadores e *marchands*

Esse gosto tende a valorizar a complexidade formal, a originalidade radical, a ruptura com convenções e a densidade conceitual. A obra de Arte tida como "legítima" é, em geral, aquela que demanda uma formação prévia ou uma "competência estética" para ser plenamente compreendida. Artistas inseridos nesse circuito tendem a alcançar consagração institucional, reconhecimento crítico e inserção no cânone da História da Arte.

Por outro lado, o gosto popular pode ser compreendido como uma forma de apreciação mais ampla e acessível, que ressoa com o público em geral sem a necessidade de mediação especializada. Tal predileção se manifesta, sobretudo, no consumo cultural cotidiano, com as seguintes características: Acessibilidade e reconhecimento imediato, apelo emocional e sensorial, reprodução e consumo em massa, forte ligação com o entretenimento,

Artistas que dialogam com esse gosto tendem a alcançar ampla visibilidade e sucesso comercial, embora frequentemente sejam desvalorizados pelos círculos críticos mais tradicionais. Suas obras, apesar de celebradas pelo grande público, podem ser consideradas "superficiais", "comerciais demais" ou "desprovidas de profundidade" pelos agentes do gosto legítimo.

A tensão entre esses dois pólos (o legítimo e o popular) é central para compreender a posição de artistas como Romero Britto no campo artístico



contemporâneo. Sua obra, caracterizada por cores vibrantes, traços simplificados e apelo universal, desafia as fronteiras entre Arte e mercado, provocando debates sobre o que é, afinal, arte com legitimidade.

Dando prosseguimento à discussão sobre legitimidade no campo artístico, a noção de “artificalização”, proposta por Nathalie Heinich e Roberta Shapiro (2012), amplia a compreensão dos processos que definem o que é (ou pode ser) reconhecido como Arte. Se Bourdieu aponta a presença de uma estrutura social que regula o valor simbólico das obras, o conceito de “artificalização” introduz uma perspectiva dinâmica, na qual objetos, práticas ou indivíduos que originalmente não pertenciam ao universo artístico passam a ser incorporados a ele.

A “artificalização” se refere ao processo social, simbólico e histórico pelo qual algo se transforma em Arte; não apenas por suas qualidades formais, mas a partir da interação entre atores sociais, instituições e discursos legitimadores. Trata-se de um fenômeno que envolve o reconhecimento social e cultural, extrapolando os limites do cânone tradicional para incluir expressões oriundas do cotidiano, da indústria cultural ou de espaços não consagrados.

Na sociedade contemporânea, marcada pela lógica do consumo e pela valorização da imagem, a “artificalização” também opera como uma estratégia de diferenciação e valorização comercial. Quando um objeto ou prática é “artificializado”, ele adquire um status simbólico superior, podendo ser convertido em valor de mercado. A seguir, alguns exemplos ilustram esse processo:

- *Design* de produtos, como eletrodomésticos e automóveis concebidos por *designers* renomados, cuja estética passa a justificar preços mais elevados;
- Gastronomia, que ao se apresentar como Arte (com chefs tratados como artistas e pratos comparados a “obras”) conquista prestígio e penetra em nichos sofisticados do mercado;
- Publicidade e marketing, que utilizam narrativas visuais e conceituais para transformar o consumo em uma experiência estética diferenciada.

Nesses contextos, a Arte não apenas agrega valor, mas funciona como um selo simbólico de distinção. Muitos artistas, como Romero Britto, transitam entre a criação estética e a construção de uma marca pessoal. Seu visual colorido e de fácil reconhecimento tornou-se um diferencial estratégico amplamente explorado

comercialmente, evidenciando a funcionalidade da “artificação” na valorização mercadológica.

A reprodução em massa, elemento essencial da cultura contemporânea, atua simultaneamente como ferramenta de democratização e vetor de mercantilização da Arte. Walter Benjamin (1994) já indicava que a reprodução técnica das obras compromete sua “aura” - sua unicidade e autenticidade. Contudo, no contexto da “artificação”, a reprodução também redefine o próprio conceito de Arte.

A popularização de imagens artísticas em produtos como roupas, utensílios domésticos e materiais escolares permite que elementos estéticos alcancem públicos que talvez jamais frequentassem museus ou galerias, configurando uma forma de inclusão cultural. Por outro lado, esse processo também pode reduzir o ofício a um simples adorno, submetendo-a à lógica do consumo e enfraquecendo seu potencial crítico.

No caso de Romero Britto, essa dualidade é evidente: sua obra está presente em uma ampla variedade de produtos e espaços, sendo facilmente identificável por qualquer consumidor. De um lado, essa presença representa uma ampla difusão e reconhecimento público; de outro, provoca resistência entre críticos e instituições, que veem em sua produção uma excessiva submissão ao mercado e uma suposta superficialidade conceitual.

O conceito de “artificação” evidencia a complexidade dos processos de valorização artística na contemporaneidade. Ao mesmo tempo em que promove o reconhecimento de novas formas de expressão e atua como instrumento de democratização cultural, revela tensões entre mercado e consagração simbólica, entre sucesso comercial e legitimidade estética.

Dessa maneira, pode ser entendida como um ponto de convergência entre os polos discutidos por Bourdieu: o gosto legítimo e o gosto popular. Em artistas como Romero Britto, essa dinâmica se manifesta como um fenômeno ambivalente (simultaneamente democratizante e mercadológico, disruptivo e decorativo), reafirmando que a noção de Arte está em constante disputa e transformação.

2 JUSTIFICATIVA

Esse projeto surgiu com o interesse de estudar a relação entre o consumo e as formas de expressão artística, bem como a visão dos indivíduos sobre essa e o papel do artista no corpo social, buscando entender a influência que o sistema capitalista exprime no valor de obras de arte em relação à sociedade.

A escolha de Romero Britto se dá pela sua grande influência no mercado global. Sua trajetória representa um caso emblemático da interseção entre o artista e o mundo dos negócios, onde seu estilo colorido se faz presente em diversos bens de consumo cotidianos, que são produzidos em larga escala.

Deste modo, essa pesquisa insere-se no debate contemporâneo sobre cultura, sociedade e consumismo, relevante para esclarecer a compreensão de como os indivíduos percebem a arte na atualidade e a interferência das dinâmicas capitalistas na construção de valor artístico. Ademais, com o estudo do processo de massificação presente nos trabalhos de Britto, abre-se um leque de temas à serem discutidos como o papel da massificação na popularização de projetos artísticos, a democratização da Arte e a diferenciação social da cultura erudita e popular.

3 OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

Analisar a massificação da arte de Romero Britto, investigando os fatores que contribuíram para a popularização de seu estilo e a recepção do público em diferentes contextos culturais e comerciais.

3.2 Objetivos específicos

- Examinar o processo de desenvolvimento artístico de Romero Britto e a transição de sua arte de um estilo mais autoral para um modelo comercial.
- Estudar o impacto da massificação na autenticidade da arte e discutir se a produção em larga escala compromete a essência e o valor artístico do trabalho de Britto.

4 METODOLOGIA

Esta pesquisa possui natureza quali-quantitativa, com a coleta de dados referentes à opinião e percepção de profissionais da área em relação ao tema, entendimento de adolescentes diante o tema escolhido. Apresentando, também, a interpretação das informações obtidas.

A primeira etapa da pesquisa consistiu em uma revisão de literatura com o objetivo de embasar teoricamente o estudo. Foram selecionados editais, livros, artigos acadêmicos e reportagens que tratam da trajetória do artista, da Cultura de Massa e da relação entre Arte e mercado. Essa triangulação de fontes visa melhorar a compreensão do fenômeno estudado, articulando diferentes pontos de vista e contextos. A revisão permitiu o maior entendimento dos processos pertinentes ao tema trabalhado, refinar os objetivos e fundamentar a elaboração dos instrumentos de coleta de dados.

A segunda etapa envolveu a aplicação de um questionário estruturado, com questões fechadas e abertas, voltadas à coleta de dados sobre compreensão da parcela mais jovem da população em relação à “produtização” da arte e seu valor.

O formulário foi respondido por alunos de algumas escolas privadas e públicas do Estado de São Paulo e Paraná, totalizando 71 pessoas. A coleta de dados foi feita a partir de 8 perguntas relacionadas ao quadro mais famoso de Romero: *O gato* (1995)¹

Na terceira etapa, como parte fundamental da pesquisa, ocorreu a análise das entrevistas realizadas com profissionais das Artes Visuais e áreas correlatas, a qual visa o entendimento da percepção de indivíduos especializados sobre os efeitos da massificação na produção, recepção e circulação da Arte Contemporânea. Os entrevistados - aqui referenciados como entrevistados 1 a 6 - possuem entre 5 e 30 anos de atuação em áreas como *design*, fotojornalismo, animação, Arte-educação, Ciências sociais e produção cultural. Essa diversidade de experiências e campos de atuação permitiu uma abordagem plural, rica em contrapontos, sobre o fenômeno da massificação nas artes.

¹ Disponível em: <<https://www.culturagenial.com/obras-famosas-romero-britto/>> Acesso em: 21 abr. 2025.

5 RESULTADOS OBTIDOS

Os dados obtidos por meio dos questionários aplicados revelaram que, entre os 71 participantes, 58 (81,7%) já haviam visto obras de Romero Britto ou produções semelhantes em espaços públicos. A maioria relatou ter contato frequente com sua arte em locais de grande circulação e produtos comerciais, o que corrobora o conteúdo discutido anteriormente, segundo o qual críticos defendem que o caráter utilitário de suas criações contribui para a perda de seu valor simbólico.

Quanto à percepção da massificação, observou-se que a maior parte dos jovens entrevistados considera o fenômeno como algo positivo, relacionado à disseminação da Arte e à sua democratização. Para esses participantes, massificar é tornar acessível uma manifestação que antes era restrita. Por outro lado, uma parcela do público adota uma postura mais crítica, enxergando na ampla difusão um risco à singularidade e ao significado artístico da obra.

A partir da análise da entrevista, notou-se que Romero Britto é percebido como um símbolo da intersecção entre Arte e consumo. Seu sucesso é, simultaneamente, admirado como estratégia e criticado como sintoma de uma cultura que transforma tudo em produto.

Os participantes expressaram receios em relação ao papel do mercado na formação do gosto estético, destacando como ele molda percepções por meio da publicidade, das redes sociais e do apelo visual. Muitos lamentam que exposições e eventos interativos se concentrem mais na estética instagramável do que no conteúdo cultural.

Na Educação, sugeriram que a Arte massificada pode ser usada como ponto de partida para diálogos críticos, desde que não se adote uma postura elitista. O papel do educador, nesse cenário, é ampliar o repertório do aluno e ajudá-lo a diferenciar Arte como expressão e Arte como produto.

Em síntese, a análise das entrevistas evidenciou que a massificação das Artes Visuais é um fenômeno multifacetado, permeado por disputas entre mercado, autenticidade, popularização e crítica cultural. A obra de Romero Britto, ao circular amplamente no consumo global, se torna símbolo dessas tensões. Para uns, um artista estratégico e acessível; para outros, um exemplo de como a arte pode ser reduzida à



mercadoria. O conjunto das falas analisadas reforça a complexidade do debate e convida à reflexão sobre os limites e possibilidades da Arte em tempos de massificação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo analisar a massificação de Romero Britto, investigando os fatores que contribuíram para a popularização de seu estilo e a recepção de suas obras em diferentes contextos culturais e comerciais. Ao longo do estudo, foi possível compreender como o artista construiu uma carreira marcada pelo amplo acesso, caracterizada pelo uso de cores vibrantes, formas simbólicas recorrentes e pela aproximação entre Arte e produto, consolidando-se como uma figura emblemática da cultura pop contemporânea.

Durante o desenvolvimento do trabalho, identificaram-se diversas contribuições relevantes tanto para a sociedade quanto para o meio acadêmico, especialmente entre os interessados nos campos da Arte e da cultura visual.

Uma das principais contribuições reside na promoção de debates contemporâneos sobre o significado e o valor da produção artística, além das controvérsias envolvendo sua difusão em massa. Essas discussões suscitam reflexões sobre originalidade, estética, mercantilização e os vínculos entre consumo e expressão artística. Busca-se, ainda, compreender como o público interpreta tais manifestações e qual é o papel do artista na dinâmica social, considerando os impactos do sistema capitalista na valorização das obras.

Além da meta central, foram estabelecidos dois objetivos específicos. O primeiro consistiu em investigar o percurso artístico de Romero Britto, com atenção à transição de uma produção mais autoral para uma estética voltada ao mercado. O segundo visou analisar os efeitos da massificação sobre a autenticidade de sua obra, levantando questionamentos sobre a possível perda de valor artístico em decorrência da produção em larga escala.

Com relação ao primeiro objetivo, observou-se que a forma como suas criações são percebidas varia conforme o perfil do observador. Essa percepção foi evidenciada pela análise das respostas coletadas por meio de um formulário aplicado. Verificou-se que, embora especialistas frequentemente apresentem uma visão crítica, o público geral demonstra receptividade positiva, sobretudo devido ao apelo visual das obras e às mensagens transmitidas, como alegria, otimismo, esperança, amor, positividade e felicidade. Esses elementos colaboram para uma linguagem acessível, lúdica e democrática, que favorece a conexão afetiva com diversos públicos.



No que diz respeito à massificação, percebeu-se que a arte de Britto está presente em uma ampla variedade de objetos e ambientes, como canecas, agendas, malas, vestuário, murais, campanhas publicitárias e utensílios domésticos. Tais produtos, produzidos em larga escala pelo próprio artista ou por empresas parceiras, contribuem para que a Arte chegue diretamente às pessoas, rompendo, assim, a lógica tradicional em que o público se desloca até os espaços artísticos. Esse fenômeno favorece o acesso à cultura por indivíduos de diferentes classes sociais.

A análise dos dados demonstrou que a produção de Romero Britto possui um caráter fortemente voltado ao consumo. Para muitos críticos, sua obra perdeu parte de sua expressividade, sendo vista mais como mercadoria do que como manifestação subjetiva. Sua associação a campanhas publicitárias, como a da marca *Absolut Vodka*, é frequentemente apontada como um marco de sua inserção no mercado comercial. A partir desse momento, suas criações passaram a ocupar também o cotidiano das pessoas, o que ampliou sua visibilidade internacional. Muitos especialistas sustentam que esse processo compromete, em certa medida, a essência de sua arte.

As informações aqui apresentadas resultam de investigação teórica sobre a obra de Romero Britto e o fenômeno da massificação da Arte. Reconhece-se, contudo, a existência de limitações, principalmente no que diz respeito à abrangência da amostra. Para evitar lacunas interpretativas, seria necessário ampliar o número de participantes e diversificar os perfis dos respondentes, bem como adotar instrumentos de coleta mais objetivos e específicos.



REFERÊNCIAS

As referências bibliográficas de seu artigo devem ser apresentadas em ordem alfabética e de acordo com a norma da ABNT – NBR 6023.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. São Paulo: Paz e Terra, 1985.

ARTE E ARTISTAS. *Romero Britto e sua obra*. 2016. Disponível em: <https://arteeartistas.com.br/romero-britto-e-sua-obra/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 11-20.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp, 1996.

BOURDIEU, Pierre. *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

Como funciona a valorização de uma obra de arte? [s.d.]. Disponível em: [https://arteindex.com/blog/como-funciona-a-valorizacao-de-uma-obra-de-arte#:~:text=Como%20afirma%20Pierre%20Bourdieu%20\(1996\)%2C%20o%20valor,definir%20o%20que%20%C3%A9%20leg%C3%ADtimo%20ou%20relevante](https://arteindex.com/blog/como-funciona-a-valorizacao-de-uma-obra-de-arte#:~:text=Como%20afirma%20Pierre%20Bourdieu%20(1996)%2C%20o%20valor,definir%20o%20que%20%C3%A9%20leg%C3%ADtimo%20ou%20relevante). Acesso em: 23 jun. 2025.

CULTURA GENIAL. *Romero Britto: obras e biografia*. 2017. Disponível em: <https://www.culturagenial.com/romero-britto-obras-biografia/>. Acesso em: 17 jun. 2025.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.



EBIOGRAFIA. **Romero Britto**. 2021. Disponível em:
https://www.ebiografia.com/romero_britto/. Acesso em: 15 jun. 2025.

ECO, Umberto. ***Apocalípticos e integrados***. São Paulo: Perspectiva, 1970.

EDUCA MAIS BRASIL. *Quem é Romero Britto*. 4 ago. 2023. Disponível em:
<https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/dicas/quem-e-romero-britto>. Acesso em:
19 jun. 2025.

ESCRITÓRIO DE ARTE. **Romero Britto**. 13 jul. 2007. Disponível em:
<https://www.escrioriodearte.com/artista/romero-britto>. Acesso em: 20 jun. 2025.

FEDERAÇÃO ANARQUISTA. ***O problema da arte no capitalismo***. Federação Anarquista (blog), [s.d.]. Disponível em:
<https://www.federacaoanarquista.com.br/o-problema-da-arte-no-capitalismo/>. Acesso em: 17 jun. 2025.

FERREIRA, Raquel. ***A obra de Romero Britto na propaganda sob a influência do Pop Art***. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2020. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/344244032>. Acesso em: 10 jun. 2025.

FIOCRUZ. ***Capital Cultural***. In: Dicionário da Educação Profissional em Saúde. [s.d.]. Disponível em:
<https://www.sites.epsjv.fiocruz.br/dicionario/verbetes/capcul.html#:~:text=O%20'capital%20cultural'%20pode%20existir,:%20incorporado%2C%20objetivado%20e%20institucionalizado>. Acesso em: 23 jun. 2025.

FNDC – Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação. ***Pierre Bourdieu: entre os conceitos de capital e de campo***. [s.d.]. Disponível em:
[https://www.fnucut.org.br/45286/pierre-bourdieu-entre-os-conceitos-de-capital-e-de-campo/#:~:text=Al%C3%A9m%20do%20capital%20econ%C3%B4mico%2C%20Bourdieu,\(reconhecimento%20social%2C%20prest%C3%ADgio\)](https://www.fnucut.org.br/45286/pierre-bourdieu-entre-os-conceitos-de-capital-e-de-campo/#:~:text=Al%C3%A9m%20do%20capital%20econ%C3%B4mico%2C%20Bourdieu,(reconhecimento%20social%2C%20prest%C3%ADgio)). Acesso em: 23 jun. 2025



GELEDES. **Romero Britto**. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/romero-britto>. Acesso em: 5 jun. 2025.

GQ BRASIL. **Romero Britto: o brasileiro mais poderoso (e odiado) da arte contemporânea**. 2014. Disponível em: <https://gq.globo.com/Prazeres/Poder/noticia/2014/11/romero-britto-o-brasileiro-mais-poderoso-e-odiado-da-arte-contemporanea.html>. Acesso em: 15 jun. 2025.

HEINICH, Nathalie; SHAPIRO, Roberta. **De la sociologie de l'art à une sociologie des épreuves**. In: HEINICH, Nathalie; SHAPIRO, Roberta (org.). *De l'artification: enquêtes sur le passage à l'art*. Paris: Éditions de l'EHESS, 2012.

JAMESON, Fredric. **Postmodernism, or, The cultural logic of late capitalism**. Durham: Duke University Press, 1991.

LUZ, Ângela Ancora da. Declaração à *Revista Bravo*. São Paulo, 2014. Entrevista concedida sobre a obra de Romero Britto. Disponível em: <https://gq.globo.com/Prazeres/Poder/noticia/2014/11/romero-britto-o-brasileiro-mais-poderoso-e-odiado-da-arte-contemporanea.html>. Acesso em: 14 jun. 2025.

NEOFEEED. **Romero Britto: arte ou mercadoria?**. Disponível em: <https://neofeed.com.br/blog/home/romero-britto-arte-ou-mercadoria/>. Acesso em: 5 jun. 2025.

PEREIRA, Gabriel. **A massificação da arte**. DigArt digMedia, 4 dez. 2019. Disponível em: <https://digartdigmedia.wordpress.com/2019/12/04/a-massificação-da-arte/>. Acesso em: 18 jun. 2025.

PRADO, Luiz. **Livro investiga tensão entre arte e capitalismo**. Jornal da USP, São Paulo, 18 out. 2021. Disponível em: <https://jornal.usp.br/cultura/livro-investiga-tensao-entre-arte-e-capitalismo/>. Acesso em: 14 jun. 2025.



QUERO BOLSA. **Romero Britto**. 19 jun. 2025. Disponível em:
<https://querobolsa.com.br/enem/biografias/romero-britto>. Acesso em: 19 jun. 2025.

REVISTA SB. **Entrevista com Romero Britto**. Entrevista publicada na edição 6 da revista *Simple Business*. 2025. Disponível em:
<https://revistasb.com.br/pt-BR/front/interview/13>. Acesso em: 17 jun. 2025.

SCIELO. **Pierre Bourdieu: reflexões sobre os conceitos de campo, capital e habitus**. 2023. Revista Estudos Educacionais. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/se/a/fMXkjSGFHhdkz9gPMnhNkhh/?format=pdf&lang=pt>.
Acesso em: 23 jun. 2025.

SIGNIFICADOS. **Arte**. [s.d.]. Disponível em:
<https://www.significados.com.br/arte/#:~:text=Arte%20%C3%A9%20a%20express%C3%A3o%20de,%2C%20sentimentos%2C%20cren%C3%A7as%20ou%20emo%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em: 23 jun. 2025.

Heinich, Nathalie; Shapiro, Roberta. **De la sociologie de l'art à une sociologie des épreuves**. In: Heinich, Nathalie; Shapiro, Roberta (orgs.). *De l'artification. Enquêtes sur le passage à l'art*. Paris: Éditions de l'EHESS, 2012. p. 11-48.

SIGNIFICADOS. **Diferença entre cultura popular e cultura erudita**. 2017. Disponível em: <https://www.significados.com.br/diferenca-entre-cultura-popular-e-cultura-erudita/>. Acesso em: 10 jun. 2025.

TEACHY. **Arte e crítica social: movimentos e impacto**. [s.d.]. Disponível em:
<https://www.teachy.com.br/resumos/ensino-medio/3ano/artes/arte-e-critica-social-movimentos-e-impacto-Expositiva>. Acesso em: 23 jun. 2025.

TRIBUNAL REGIONAL DO TRABALHO – 13ª REGIÃO. **A Pop Art de Romero Britto**. 2007. Disponível em:



<https://www.trt13.jus.br/informe-se/noticias/2007/08/a-pop-art-de-romero-britto>. Acesso em: 17 jun. 2025.

WESTWING. **Obras de Romero Britto**. 2 set. 2021. Disponível em: <https://www.westwing.com.br/revista/inspiracao-decor/obras-romero-britto/>. Acesso em: 20 jun. 2025.



APÊNDICE 1-ENTREVISTA

Entrevistado 1

Área de atuação:

Design

Tempo de experiência:

30 anos

1. Na sua opinião, como a massificação influencia a produção e a recepção das artes visuais na contemporaneidade?

É uma via sempre dúbia. Os exemplos existentes até quase hoje eram um esforço individual (de alguns artistas) ou coletivo (de plataformas web, por exemplo) que acabavam por dar acesso a uma linguagem visual que estava sendo esquecida ou protelada.

Por outro lado, esta popularização significou, na prática, desvalorização e falta de reconhecimento dos usuários.

2. Você acredita que a popularização de uma obra diminui seu valor artístico? Por quê?

Sim. Ninguém paga um valor alto por algo nada exclusivo.
Isso serve até para gente renomada como os gêmeos ou Banksy.

3. Como você definiria a diferença entre arte popular e arte massificada?

Arte popular é aquela feita sem muito estudo formal, baseada mais na intuição, na prática. Temos incríveis artesãos brasileiros que vivem/viveram desta forma. Posso citar a baiana na janela, que toda cidade colonial vende. É algo lindo, mas que não se sabe o primeiro autor. Ou as rendadeiras da Barra da Lagoa em SC. Ou as obras de capim dourado que se tornaram de domínio público. Já a massificada, invariavelmente, tem a ver com uso comercial, pouco profundo ou com significado distorcido. Estampas de camiseta costumam ser uma referência deste último exemplo.

4. Como você descreveria o estilo artístico de Romero Britto em termos estéticos e técnicos?

Ele é um artista pop. Ele desenvolveu uma linguagem própria e fez,



intencionalmente, um trabalho de massificação da sua obra. Foi um desejo inicial colocá-la no maior número de produtos possível. Começou com os retratos de personalidades e depois licenciou seu trabalho para a Disney. Hoje vive de licenciamento. Foi um movimento pensado. Mas é um caso raro. A maioria dos artistas são aviltados em sua obra.

5. Considerando o alcance global da obra de Britto, você acredita que ela representa uma banalização ou uma democratização da arte? Justifique sua resposta.

Não é banalizada pois ele controla onde e como distribuir. Há alguns genéricos que copiam sua forma de pintar e, claro, fica fácil identificar o que é original do que não é. Também não é democrático pelo valor. Poucas pessoas podem pagar pelo valor de uma obra dele. É democrático apenas pela linguagem que ele usa e nos produtos de souvenir como canecas e camisetas.

6. Em sua visão, a reprodução em massa das obras de Britto (em objetos de consumo, publicidade etc.) afeta a autenticidade de seu trabalho? De que maneira?

Não creio. Como disse, foi um desejo inicial e um posicionamento dele. Ele desejou isso. A autenticidade, no meu modo de ver, só foi literalmente roubada pelas ferramentas de IA.

7. Você considera que o sucesso comercial de Romero Britto influencia o reconhecimento acadêmico e crítico de sua obra? Explique sua posição.

Sim, influência. Acadêmicos de certo criticam. Eu não critico. É decisão de vida. Rodin decidiu vender seu trabalho. Pablo Picasso também. Cada um a seu tempo vende seu trabalho de acordo com as ferramentas disponíveis. O jeito de Romero vender seu trabalho hoje só é diferente do existente nos séculos anteriores. Criticar um artista por ser popular ou por comercializar sua obra é uma contradição em termos. O objetivo de criar uma obra não é vendê-la? Sim, você pode criar uma obra apenas por conceito, ou para propor uma discussão. Mas em geral, é sabido que um artista viverá da sua obra, não?

8. Qual é, em sua opinião, o papel do mercado na formação do gosto estético



contemporâneo?

Nenhum. No mercado atual não há qualquer tipo de apuro ou preocupação neste tipo de formação. É só venda. Aliás, nem a própria academia ou curso se preocupa em dar uma formação decente. Os meninos que estão em formação sequer se preocupam em formar seu senso estético. Poucos sabem determinar o que olhar para formar este olhar. Os que se preocupam ainda se dedicam a apenas 1 área. Ex. Arquitetura, design gráfico, etc. Quem gosta de uma área normalmente deleta outros temas em sua formação.

9. Como educadores e críticos de arte podem abordar a massificação no ensino de artes visuais?

Exemplos temos muitos. Se fosse resumir, eu diria que sendo mais amigável. Os acadêmicos em geral já têm postura elitista por natureza. Das artes visuais então são, em sua grande maioria, muito seletivos. Colocam-se num pedestal inalcançável de acesso (como se qualquer outra área de conhecimento fosse menos importante) Ou qualquer ser humano é menor por não conhecer profundamente o tema das artes visuais. Diferente, por exemplo, do que fazem alguns expoentes da ciência (Sérgio Sacani, Pirula, Átila Iamarino) para citar alguns nomes. Que foram pra frente das câmeras justamente para dar às suas áreas de atuação uma aproximação e interesse do público. Eu não sou educador e talvez seja leviano dizer o como.

Sendo designer penso em alguns caminhos, são eles:

- Educação consistente e iniciando desde a primeira aula/ano infância (e não deixando de existir depois do ensino básico).
- Visitação artística a museus, exposições (também consistente).
- Prática educacional de cada uma das artes para criar interesse pessoal.

Países mais dedicados em formar pessoas têm tido mais sucesso. Seja com programas de incentivo, seja com bolsas de estudos. Basicamente alguns países da Europa cumprem esta função com afinco. Já por aqui temos o Chile e talvez a Argentina com mais dedicação institucional para artes visuais (cinema incluso). No fundo tem a ver com interesse pessoal.

As instituições, profissionais podem incentivar. Mas se não houver interesse e envolvimento pessoal e familiar, nunca será massificado. Pode-se usar até formas mais populares de massificação como o uso de influencers, YouTubers, etc para criar uma audiência interessada. Mas é um processo e, creio, perderia o interesse antes do objetivo



final/grandioso ser atingido. O que temos por aqui é iniciativa privada. Normalmente ligada a empresas de finanças e suas fundações de fomento educacional. Por mais que sejam louváveis, não chegam a ser massificadas. Como solução prática, eu abriria as portas de museus, associações, sindicatos etc., para estudantes infinitamente. Mas é utópico. Não aconteceria nem traria o resultado desejado. Precisa ser mais que uma política de estado. Precisa ser um desejo pessoal, familiar.

Uma associação das instituições de ensino, de corpo acadêmico etc., em ser mais aberta, mais acessível, tão interessante quanto uma tela de celular. Nada simples.

Entrevistado 2

Área de atuação:

Fotojornalismo + jornalismo

Tempo de experiência:

18 anos

1. Na sua opinião, como a massificação influencia a produção e a recepção das artes visuais na contemporaneidade?

O termo massificação carrega em si mais um aspecto negativo do que positivo. Pensando nessa direção, essa massificação diminui a capacidade de criação do novo e o desenvolvimento de algo que fuja desse movimento dominante. Isso é muito mais facilmente percebido na música, com o domínio de um estilo/segmento em relação à toda produção musical de uma região ou época. Ele pode se aplicar às artes visuais, quando algo considerado sucesso — geralmente comercial — dita as regras e os modos de fazer.

2. Você acredita que a popularização de uma obra diminui seu valor artístico? Por quê?

Não. A popularização de obras como *Mona Lisa* ou *Rosa e Azul* permite que todos possam admirar uma centelha da produção de artistas consagrados e é um convite para a imersão no contexto histórico de seus períodos. Caso contrário, obras como estas ficariam restritas às elites burguesas com condições financeiras para terem acesso aos locais onde essas obras podem ser vistas pessoalmente, perpetuando a ideia de que apenas supostos escolhidos têm direito a apreciar tais coisas.



3. Como você definiria a diferença entre arte popular e arte massificada?

Como popular acho que podemos dizer ser aquela que vem do povo ou é feita pelo povo. Ou ainda, aquela que se tornou conhecida e apreciada por grande parte de uma população. A arte massificada pode até ter tido sua origem como popular, mas foi transformada em um padrão supostamente de sucesso e que é replicada apenas com esse intuito.

4. Como você descreveria o estilo artístico de Romero Britto em termos estéticos e técnicos?

Uma mistura de Pop Art de Andy Warhol, alguma referência cubista, com cores fortes que, por isso mesmo, chamam a atenção de quem visualiza. Porém, focados apenas numa estética do impacto visual, sem nenhum aprofundamento em qual tema for ou questionamento. Não que a arte tenha obrigatoriedade de sempre ser questionadora, mas ali parece faltar qualquer questão e sentimento, além de uma felicidade boba.

5. Considerando o alcance global da obra de Britto, você acredita que ela representa uma banalização ou uma democratização da arte? Justifique sua resposta.

O alcance em si, nem banalização, nem democratização. Ele tem seu estilo que agrada ou desagrade muitos de acordo com suas percepções e conhecimentos pessoais. A banalização se dá quando ele usa seu alcance e arte como veículo publicitário para vender bebidas ou o que quer que seja. E não há democratização se o sucesso dele não colabora como incentivo ao acesso à arte.

6. Em sua visão, a reprodução em massa das obras de Britto (em objetos de consumo, publicidade etc.) afeta a autenticidade de seu trabalho? De que maneira?

Sim. O transforma em um publicitário, apenas, e não em alguém que produz e desenvolve a arte. Uma garrafa de vodka estilizada é só isso: uma garrafa de vodka com embalagem diferente.

7. Você considera que o sucesso comercial de Romero Britto influencia o reconhecimento acadêmico e crítico de sua obra? Explique sua posição.

Influencia provavelmente negativamente, não pelo sucesso em si, mas pelo



modo como ele utiliza esse sucesso transformando sua arte em um objeto publicitário.

8. Qual é, em sua opinião, o papel do mercado na formação do gosto estético contemporâneo?

O papel do mercado é total! É o tal mercado que elege o que é bom gosto, o que é bonito, o que bem apresentável, o que te dá status e te faz estar na moda ou em concordância com a atualidade. Sempre foi assim. E esse mercado utiliza da cultura em geral para chegar ao público. Ele que cria — ou se apropria — estilos transformando-o no que deve ser consumido agora.

9. Como educadores e críticos de arte podem abordar a massificação no ensino de artes visuais?

Acho importante não ter o discurso elitista que a popularização de uma obra diminui sua importância. Por outro lado, é preciso apontar criticamente como uma obra de arte pode ser cooptada e transformada apenas em algo publicitário e vendável, perdendo seu teor político e de estímulo pensante.

Entrevistado 3

Área de atuação:

Galeria de arte

Tempo de experiência:

5 anos

1. Na sua opinião, como a massificação influencia a produção e a recepção das artes visuais na contemporaneidade?

Massificação sempre pode ser algo bom, veja o exemplo de mostrar que se fazem hoje em eventos com projeções virtuais de grandes artistas. Pode ser algo legal se vier acompanhado de informação, com uma boa curadoria. Massificar com bom conteúdo é algo que democratiza a arte.

Mas... o problema é que boa parte da "massificação" vem muito vazia de conteúdo e com o mero objetivo de ganhar dinheiro, sem uma preocupação de gerar cultura.

2. Você acredita que a popularização de uma obra diminui seu valor artístico? Por



quê?

Não, muitos artistas conseguem trabalhar diversos nichos de mercado, mantendo suas obras autorais valorizadas e criando produtos de nicho. É o caso de múltiplos numerados (serigrafias, prints etc.) ou mesmo obras mais populares de boa qualidade, preço justo e que não canibalizam o trabalho autoral.

3. Como você definiria a diferença entre arte popular e arte massificada?

Arte popular para mim é mais o conceito da arte menos erudita e popular que muitos confundem com o artesanato. Para mim arte popular é mais a arte de artesãos, mas que tem qualidade e diferencial que a diferenciam do artesanato (grandes artistas do nordeste, como Véio, Jasson e outros de Alagoas, Ceará, Pernambuco, etc). Então, para mim, existe um nicho que é mais erudito, sem virar artesanato.

Já arte massificada, para mim, é tudo que se divulga em grande escala. Nesse sentido a música, o teatro, o cinema e mesmo exposições mais populares e exemplares como livros de arte com edição limitada, impressões limitadas, prints, e todo tipo de arte que, mesmo se for impressa, busca um padrão de qualidade tanto de seu material físico quanto de seu conteúdo intrínseco (se pintura, impressão, objeto, etc).

4. Como você descreveria o estilo artístico de Romero Britto em termos estéticos e técnicos?

O Romero Britto foi um artista que caiu no gosto do mercado americano, onde tudo que vende muito e vale muito não necessariamente é "bom" do ponto de vista artístico. Virou algo de massa, mas não quer dizer que tudo é exatamente ruim.

Ele foi ganhando dinheiro, sendo provocado pelo mercado, e hoje vai de peças únicas a xícaras populares. É muito tentador para o artista entrar nessa onda. Até mesmo nomes como Jeff Koons quase caíram nesse viés.

Romero Britto acabou se entregando à demanda de maneira exagerada, não distinguindo muito o que faz, desde que venda. Isso é uma tentação que é difícil estabelecer um limite. E em um mercado como o americano isso fica tentador, e uma hora o artista acaba entregando seus valores, e produzindo demais.

Outro que tem essa mesma linha é o artista Kobra, do street art. Chega uma hora que ele vira um produto de si mesmo, não é mais a produção. Não se fala de fases de Romero Britto, ou de Kobra, ou o que se quer passar de mensagem, viraram "obras de



Romero Britto", "pintura do Kobra". É algo que vira, no popular, aquela sensação de se comer um chocolate, um doce — o prazer imediato da glicose no sangue — mas para os olhos mais treinados, 90% é quase que uma xerox de si mesmo. Muito pouco tem realmente alguma qualidade. Fica só na repetição da estética dele.

5. Considerando o alcance global da obra de Britto, você acredita que ela representa uma banalização ou uma democratização da arte? Justifique sua resposta.

Ambos ao mesmo tempo. Acho que ele banalizou o trabalho dele como criação, pesquisa, capricho, desafio, aprumo, mostrar o novo, romper barreiras, avançar etc. Nesse sentido, ele se banalizou.

Agora, no sentido de dar acesso a pessoas a algo que agrada os olhos, diverte e leva a mente das pessoas para outros estados, nesse sentido é democracia. Veja bem, é quase como se analisar o legado de Walt Disney. Há sempre de se falar de entretenimento, mas, obviamente, é considerado arte em diversos sentidos.

Mas em grandes volumes, de forma que isso sempre traz perda de qualidade e vira a "produtização" da arte. Então, no fundo, o modelo do Romero Britto é uma democratização e banalização ao mesmo tempo. Porque muitas vezes democratizar sem banalizar demora muito, né?

Veja o Van Gogh e muitos artistas consagrados hoje, e que em seu tempo não tiveram sucesso. Hoje são a democratização da arte, e não se banalizaram em seu tempo. Faz parte do jogo imediatista de muitos artistas se banalizarem e isso "democratiza" algo que é lúdico, popularesco.

6. Em sua visão, a reprodução em massa das obras de Britto (em objetos de consumo, publicidade etc.) afeta a autenticidade de seu trabalho? De que maneira?

Sem dúvida. Mas artistas do tamanho dele sabem segmentar bem. Certamente ele ganha muito dinheiro com o popular, e isso também leva muitos milionários a quererem ainda mais obras exclusivas dele, que são bastante caras.

7. Você considera que o sucesso comercial de Romero Britto influencia o reconhecimento acadêmico e crítico de sua obra? Explique sua posição.

Eu acho que, academicamente falando, ele é estudado apenas como fenômeno de



massa. Para os fóruns acadêmicos de arte, certamente se denota que em 100, 200 anos, ninguém nem saberá, na literatura séria de arte, o que foi o Romero Britto. São tempos de consumo apenas. Como lembrar um modelo de carro que tenha vendido muito nos anos 50, por exemplo, e hoje nada significam além de uma lembrança. Diferente de uma Ferrari, que será sempre uma Ferrari — e mesmo as antigas são disputadas a tapa.

8. Qual é, em sua opinião, o papel do mercado na formação do gosto estético contemporâneo?

O mercado distorce, à medida que usa mal exposições interativas com objetivo apenas de experiência, de tirar fotos para Instagram e zero conteúdo. Tem um lado bom de dar acesso à arte, mas me frustra quando isso vem sem nenhum conteúdo além do estético. Vira uma exploração da população como massa de manobra pura. A pessoa sai de uma exposição com fotos e sem aprender o contexto social e histórico do que viu. Acho que isso poderia ser mais bem trabalhado.

9. Como educadores e críticos de arte podem abordar a massificação no ensino de artes visuais?

Devem usar como um atrativo e olhar o "copo meio cheio", ou seja, se porcaria atraiem a massa, imagina se se usa esse poder de sedução para levar arte e cultura de qualidade? Tem funcionado muito bem em museus como o MASP, a Pinacoteca, ou o grande movimento das bienais. Hoje o mercado de arte usa muito bem a mídia, os influenciadores digitais e o entretenimento como forma de levar a boa arte a todos. E por que não massificar? Que se compre edições de museu, prints, camisetas e tudo mais de boa arte — **e não do Romero Britto!!!**

Entrevistado 4

Área de atuação:

Animação e Quadrinhos

Tempo de experiência:

20 anos

1. Na sua opinião, como a massificação influencia a produção e a recepção das artes visuais na contemporaneidade?

Creio que a linha que separa arte de produto comercial fica muito difusa. Não



fica claro o que é um artista e o que é um funcionário que só replica ou obedece, assim como não se reconhece o valor de uma obra criada por um ser humano ao invés de criada por IA.

2. Você acredita que a popularização de uma obra diminui seu valor artístico? Por quê?

Não necessariamente, mas acredito que as obras com mais chance de ficarem populares na contemporaneidade são as menos polêmicas, pois podem atingir um público maior.

3. Como você definiria a diferença entre arte popular e arte massificada?

Diria que a arte popular não tem fins lucrativos e que vem da história e dos costumes de um povo. Já a arte massificada seria algo replicado industrialmente e com finalidades comerciais, como decoração ou entretenimento.

4. Como você descreveria o estilo artístico de Romero Britto em termos estéticos e técnicos?

Descreveria Romero Britto mais como um designer decorativo do que como um artista plástico. A estética de seu trabalho não é inovadora dentro da história da arte, nem representa algo de natureza muito íntima.

5. Considerando o alcance global da obra de Britto, você acredita que ela representa uma banalização ou uma democratização da arte? Justifique sua resposta.

Como não considero o trabalho dele arte (ou, pelo menos, não do jeito que é vendido), entendo essa popularização como desinformação da maior parte das pessoas. Não se trataria de banalização ou democratização de algo artístico, já que nunca foi esse tipo de arte.

6. Em sua visão, a reprodução em massa das obras de Britto (em objetos de consumo, publicidade etc.) afeta a autenticidade de seu trabalho? De que maneira?

Na minha visão, não.



7. Você considera que o sucesso comercial de Romero Britto influencia o reconhecimento acadêmico e crítico de sua obra? Explique sua posição.

Acredito que se suas obras fossem consideradas valiosas pela crítica especializada, o sucesso comercial não influenciaria seu reconhecimento.

8. Qual é, em sua opinião, o papel do mercado na formação do gosto estético contemporâneo?

As empresas que tiverem mais poder aquisitivo também terão mais poder de influência por meio de propagandas e anúncios, independente da área. Elas acabam decidindo pelo consumidor o que ele quer, libertando-o de análises críticas ou livre arbítrio.

9. Como educadores e críticos de arte podem abordar a massificação no ensino de artes visuais?

Eu diria que é diferenciando a arte como produto e a arte como forma de autoconhecimento e desenvolvimento emocional.

Entrevistado 5

Área de atuação:

Ciências Sociais / Música

Tempo de experiência:

20 anos

1. Na sua opinião, como a massificação influencia a produção e a recepção das artes visuais na contemporaneidade?

Benjamin já apontava o sintoma. Tolstoi seus sinais bastante claros em sua obra "*O que é arte*", mas a pasteurização e a massificação é um sintoma agudo da objetificação e retificação do homem como mercadoria reproduzível em larga escala e em extensão e desprovida do signo original.

2. Você acredita que a popularização de uma obra diminui seu valor artístico? Por quê?

Sim e não. Depende do contexto social e simbólico e da intencionalidade reprodutiva. No capitalismo? Fatalmente a massificação tende a homogeneizar e



fragmentar o signo e os significantes em camadas superficiais. Mas não é para tanto como Adorno, que foi ao limite da dialética negativa, buscando a particularidade egóica como satisfação e não resistência coletiva.

3. Como você definiria a diferença entre arte popular e arte massificada?

Arte popular: domínio da sensibilidade não é subjugada pelo capital.

Arte massificada: coisificação e redução da apreciação estética a um viés achatado, pobre, personalista e enviesado.

4. Como você descreveria o estilo artístico de Romero Britto em termos estéticos e técnicos?

Obra de arte genuína comparada ao que as IAs fazem hoje (contém ironia apocalíptica).

5. Considerando o alcance global da obra de Britto, você acredita que ela representa uma banalização ou uma democratização da arte? Justifique sua resposta.

Banalização, pelos motivos citados acima.

6. Em sua visão, a reprodução em massa das obras de Britto (em objetos de consumo, publicidade etc.) afeta a autenticidade de seu trabalho? De que maneira?

Sim, pelos motivos citados na questão 7.

7. Você considera que o sucesso comercial de Romero Britto influencia o reconhecimento acadêmico e crítico de sua obra? Explique sua posição.

Não consigo avaliar sem uma leitura de campo clara sobre como o meio acadêmico avalia Romero Britto. Mais saturada da academia geralmente persiste. Eu acredito que o sucesso comercial de Romero Britto não alcança de forma invasiva a academia.

8. Qual é, em sua opinião, o papel do mercado na formação do gosto estético contemporâneo?

Lucro, reprodução do capital. Valor de troca preponderar sobre valor de uso.



9. Como educadores e críticos de arte podem abordar a massificação no ensino de artes visuais?

De maneira crítica, reflexiva, anticolonial e dialogando com as culturas populares e locais, fazendo entrecortes com sociologia, história e humanidades que deem conta e dimensionem o processo.

Entrevistado 6

Área de atuação:

Arte-educação e produção cultural em literatura, teatro e cinema

Tempo de experiência:

19 anos

1. Na sua opinião, como a massificação influencia a produção e a recepção das artes visuais na contemporaneidade?

Primeiro, é necessário estabelecer o que é massificação e o que é popularização. Ambos se referem ao processo de algo tornar-se conhecido e apreciado por uma grande quantidade de pessoas. Se supõe que a apreciação do grupo pode ser ou heterogênea, autêntica, ou homogênea, padronizada. O segundo caso é a massificação. Ou melhor, o que foi massificado.

Massificação é o ato de uniformizar os gostos e/ou de desenvolver um “objeto” que seja consumível por grande parte da sociedade. É uma discussão complexa, interessante e urgente. As bigtechs investigam a percepção e a sensibilidade humana, a utilizam a seu favor e a alteram também. Porém, o resultado vai além de um “adestramento do sentir”.

Se, por exemplo, a dinâmica de vídeos curtos e de estímulos intensos tem grande apelo em um número expressivo de pessoas, essa dinâmica passa não somente a desenvolver a necessidade de ser constantemente instigado a fim de que se engaje, ela produz um tipo de linguagem, que tem a ver com ritmo, efeito, estética e mais. Talvez haja um empobrecimento da recepção uma vez que o gosto foi uniformizado.

A pergunta que fica é: terá a arte menos espaço no mundo? Aos artistas, fica esta: não é da arte subverter o que está dado, o que virou invisível ao véu do comum? Quando que a capacidade de criar e desdobrar diversos significados é intensificada e quando que é achatada? Controlar os afetos, os sentires e os sentidos passam por surrupiar a capacidade de decidir, de saborear.



2. Você acredita que a popularização de uma obra diminui seu valor artístico? Por quê?

Não, absolutamente. Existe sim o preconceito que a arte é para poucos, então se é popular ela é desprovida de valor. Bobagem. É um preconceito que vem da rixa antiga entre o erudito e o popular.

O "hype", por exemplo, pode provocar uma massificação, um gostar irrefletido que acontece apenas para participar de um movimento. Ao mesmo tempo que muita gente curiosa não significa que todos estejam percebendo da mesma maneira. Uma comunidade que debate sobre determinada obra acaba por gerar diversas leituras, o que multiplica exponencialmente a profundidade do(s) sentido(s). Então é possível dizer que a popularização de uma obra aumenta seu valor por expandi-la poeticamente.

3. Como você definiria a diferença entre arte popular e arte massificada?

Uma arte massificada é uma arte escondida ou até raptada por uma leitura rasa que se sobrepõe à obra. A popular só é difundida, livre e feliz por aí.

4. Como você descreveria o estilo artístico de Romero Britto em termos estéticos e técnicos?

O bonitinho raso. Figuras de adesivos sendo figuras de adesivos.

5. Considerando o alcance global da obra de Britto, você acredita que ela representa uma banalização ou uma democratização da arte? Justifique sua resposta.

A arte tem a ver com a interrupção do cotidiano, do comum. Enfeitar é enfeitar, é agradar, é fazer a manutenção do que está estabelecido. Qual questão que Romero Britto põe ao mundo?

6. Em sua visão, a reprodução em massa das obras de Britto (em objetos de consumo, publicidade etc.) afeta a autenticidade de seu trabalho? De que maneira?

Se ele fosse autêntico, teria algo a ser afetado.

7. Você considera que o sucesso comercial de Romero Britto influencia o



reconhecimento acadêmico e crítico de sua obra? Explique sua posição.

Influência porque deixa os pesquisadores perplexos com o fenômeno.

8. Qual é, em sua opinião, o papel do mercado na formação do gosto estético contemporâneo?

Respondi na pergunta 4.

9. Como educadores e críticos de arte podem abordar a massificação no ensino de artes visuais?

Fazendo perguntas interessantes como essas daqui — e comparando também.