

ARTE DE MASSAS, POPULISMO E ARTE POPULAR

Carlos Bizarro Morais*

1. Introdução

1. O tópico que aqui pretendemos expor prende-se com uma hipótese de leitura da situação atual da arte - e mais especificamente da criação artística e sua fruição - num contexto, que é o nosso, marcado pelo fenómeno da estetização generalizada da cultura nas suas mais diversas manifestações, e de consequências que não podem ser ignoradas. Nesta linha, consideramos ser de razoável evidência que o fenómeno da globalização, acelerado pelos expeditos processos da indústria cultural e coadjuvado pelos préstimos da tecnologia de ponta aplicada aos meios de comunicação, produz um incomensurável efeito de massificação da arte, tanto a nível da sua criação como, sobretudo, do seu consumo. E nesta massificação pressente-se a instalação de uma via régia, uma linguagem ímpar, por onde circula em livre-trânsito, o populismo atual, apresentando-se como uma paleta de soluções, imediatas, simples e à mão de amplas camadas sociais, dos seus desejos e da vontade do “povo”. E dessa panóplia de soluções faz parte a, assim considerada, arte de massas. Esta situação constitui uma grande preocupação, pelos seus efeitos nefastos e demolidores não apenas do ponto de vista estético-artístico, mas também para os domínios culturais, na sociedade e na política.

2. Problema de grande atualidade e em cuja preocupação convergem, sintomaticamente – como é sublinhado pelo investigador Paolo D’Angelo – sensibilidades de quadrantes teóricos muito distintos, como no-lo mostram importantes publicações, tais como o volume póstumo de Eric Hobsbawm, *Tempos de Rutura*, publicado em 2012, e a obra de Mario Vargas Llosa, *A civilização do espetáculo*, de 2013. Apesar das suas mundividências e opções ideo-

* Universidade Católica Portuguesa – Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais; Centro de Estudos Filosóficos e Humanísticos (UIDB/00683/2020).
Email: camorais@ucp.pt

lógicas tão diferentes, ambas deploram pela situação atual da arte e da cultura que, no seu entendimento, praticamente desapareceram. Desses objetos grandiosos e sublimes que nos habituámos a admirar e a amar, nada resta senão espectros fantasmagóricos. E o que provocou, fundamentalmente, o seu desaparecimento “foi outra arte, ou outras artes, que nada teriam a ver com arte ou artes, exceto pelo fato de que elas usurparam o nome, sendo na realidade algo completamente diferente: indústria, bens, entretenimento, mercadorias. O que fez a arte desaparecer foi a arte de massa, que sacrificou os ritos sagrados da ‘grande’ arte (*high art*) pelas orgias de uma ‘low art’, que em rigor não é arte”, comenta o referido investigador (D’Angelo 2014, p. 107).

Os vetores hermenêuticos e judicativos que sobressaem deste cenário são suficientemente preocupantes para que nele a estética se envolva, quer desmistificando essa doação populista e massiva da obra de arte ao maior número possível de consumidores, quer abrindo clareira para que se reinaugure uma relação autêntica do corpo social com a *sua* arte genuína, mais do que com a arte que interessa promover. Eis porque se torna de novo atual o debate em torno destas duas categorias estéticas, a de “arte popular”, arte genuína como expressão do corpo social, e “arte de massas”, arte aparente, expressão do sistema de interesses populistas, ideológicos, massificadores. Dizemos “de novo”, dado que este debate esteve vivíssimo na estética desde meados dos anos sessenta do século passado, no qual pontificaram os textos de Mikel Dufrenne. Ora entendemos que, a este pretexto, faz todo o sentido revisitar o pensamento deste filósofo da estética, partilhando a justificação formulada por Dominique Chateau, sublinhando «a modernidade de um pensamento que articula a natureza e o homem (este grande problema hoje denominado a preocupação ecológica...) tanto quanto professa um humanismo fundamental (neste momento em que os discursos superficiais e populistas o consideram obsoleto...)» (Chateau 2019, p. 156).

Em termos de contextualização, é importante sublinhar que a desmultiplicação das possibilidades tecnológicas que hoje pautam a nossa relação com os produtos culturais, a proliferação da oferta de artigos de arte, o aumento exponencial da oferta fazendo cair gradualmente os preços de tais produtos, entre outros fatores, permitem ao espetador um maior leque de opções, e com isso, influenciar o que lhe é endereçado. Esta situação tem conduzido alguns intérpretes a sinalizar a importância da passagem da *mass Art* para uma *customized Art* (D’Angelo 2014, p. 117), inscrevendo nela uma mudança qualitativa e, portanto, a seguir com atenção. Do nosso ponto de vista, parece-nos que

esta alteração no registo do consumo – que é disso que se trata – não altera o fundamental, antes o vemos como uma adaptação do próprio sistema, para que o essencial permaneça. E permaneça tanto mais eficazmente, quanto mais parecer colocar nas mãos do público-espetador a aparente soberania de uma decisão final quanto ao que aceita e quanto ao que recusa. Ora, uma alteração de fundo implicaria não apenas um reajustamento nas condições de eficácia no polo do consumo, mas uma autêntica alteração no polo da produção-criação. Por isso, entendemos que o essencial do problema da arte de massas se mantém incólume. Por consequência, permitimo-nos discordar das virtuosas expectativas que Paolo D’Angelo coloca nessa *Arte por encomenda*, quando ela, finalmente, “vier a ser a forma prevalente de distribuição tecnológica de arte” (D’Angelo 2014, p. 118).

3. O que poderá, então, realizar uma estética inspirada no pensamento de Dufrenne, para impulsionar a recuperação de uma arte genuinamente popular, e o conseqüente afastamento de uma arte populista e massificadora?

Em primeiro lugar: arte de massas. Que arte é esta? Na sociedade atual existe uma frenética atividade artística, que hoje atinge o paroxismo com a facilitação permitida pelos meios tecnológicos de informação, e que é diretamente destinada ao consumo massivo do mercado globalizado, a uma escala planetária. Trata-se, pois, de uma arte “para” o grande público, “para” o povo, na sua função de consumidor passivo, isto é, para o “mercado”.

Dufrenne marca muito nitidamente esta diferença: entre uma arte “para” e uma arte “do” povo, uma arte imposta desde cima pelos poderes decisórios, pelas instâncias de legitimação, onde se mesclam interesses estético-culturais, com interesses comunicacionais, económicos, sociais, políticos. Outra é a arte que é expressão da liberdade e da criatividade dos seus artistas.

É evidente que num quadro cultural massificador, muito mais difícil se torna dar voz e ouvir os que se encontram fora dos circuitos que o sistema legitima e alimenta. O ideal para a cultura de sistema é que todos se reconheçam nesse mega-público consumidor e que sejam cada vez mais raras as exceções. Afinal, o que se pretende com esta massificação, é habituar o pensamento aos “benefícios” da satisfação do desejo que o mesmo consumo lhe proporciona. E a arte é usada, precisamente, como veículo deste circuito. Por exemplo, o design, em certo sentido veio, ainda mais, em seu reforço.

Trata-se, assim, de uma arte que prolifera nos *mass-media*, apresentada, vulgarmente, como contraponto à arte de elite, mas da qual se apropria para replicar em infinitas imitações, «uma arte deliberadamente destinada ao con-

sumo das massas» (Dufrenne 1976, p. 41), e cuja mediocridade se justifica pela suposta mediocridade dos seus recetores: «porque as massas são tidas por medíocres, incapazes de aceder à verdadeira arte, oferece-se-lhes uma arte aviltada, ela própria produzida em massa, com pouca despesa, sem esforço de invenção» (Dufrenne 1976, p. 41). Sinónimo de uma arte totalmente institucionalizada, ou seja, capturada e domesticada pelos meios técnico-comunicacionais que a promovem, ausente de qualquer intenção pedagógica genuína, de formação do gosto ou de apuramento da sensibilidade, de perceção crítica ou de amadurecimento intelectual, antes instrumentalizada pelas estratégias da publicidade, neutralizando e homogeneizando gostos e comportamentos, sob a capa de uma aparente promoção da criatividade e da liberdade individualista. Aliás, a popularidade de tais produtos artísticos reside, quase sempre, na banalidade das suas linguagens, na superficialidade das suas formas, dos seus esquemas e estruturas, das suas composições, não exigindo do espetador senão uma atitude-resposta mecânica e repetida, como se requer a um bom consumidor: gosta porque já o conhece e sabe com o que pode contar. Nada de novo para a sensibilidade, para a imaginação, nada de novo para o pensamento e para a reflexão.

4. A este esquema de funcionamento com os seus conhecidos resultados, se chamou, “equivocadamente, cultura popular quando na realidade se trata de uma cultura populista” (Rue 2009), interessada em petrificar a sensibilidade, o pensamento e a cultura do ser humano no seu “estado regressivo”.

Este sistema funciona segundo uma lógica muito definida e objetiva, por isso não surpreende que os artistas sintam que a institucionalização da arte seja hoje mais feroz do que nunca, algo que os fecha ainda mais num *ghetto*, emoldurado por uma aparência de dignidade, de liberdade, de autonomia, de pluralidade de gostos, etc. E o populismo afirma-se como diretamente proporcional a este efeito de pseudodemocratização. Na verdade, a arte que por aí se passeia não é coisa séria, é um mero ornamento da vida, para agrado e luxo do *businessman* e glória do Estado e consumo em massa...

Nestas coordenadas, tudo assume o jogo da falsidade e da aparência: «os artistas são autorizados a criar, são honrados enquanto criadores, mas considerados irresponsáveis; a sua liberdade é a dos bobos do rei» (Dufrenne 1976, p.41). Ao mesmo tempo e por essa mesma razão, a sua criação escapa-lhes quando é posta em exposição nas montras do mercado. A obra recebe, então, um novo sentido que não lhe é doado pela consciência de um recetor, mas pela ideologia dominante no sistema. Ela não é só mercadoria, ela é, como diz Bau-

drillard, mercadoria-signo, instrumento de estatuto social e cultural. É votada a um consumo ostensivo, que faz crer que distingue e honra o consumidor.

Para ser objeto duma tal apropriação, a obra muda de rosto, torna-se nesse objeto sumptuoso e como que miraculoso, caído da vontade de poder (económico e político), arrancado à história, posto em exposição nos lugares pré-definidos. Se o autor é relativamente eclipsado, muito mais o é o seu trabalho, o seu combate amoroso com a matéria, e também a sua inserção na história; e esquece-se o que Adorno e Marcuse tanto evidenciaram: que a forma estética é crítica por si mesma. E ao mesmo tempo que muda de rosto, a obra muda de fim: ela não é já objeto de prazer genuíno, a não ser desse prazer narcísico e pueril que distingue o “bom gosto” do burocrata do sistema, o “bom gosto” do executivo numa sociedade de funcionários...

É impressionante como muitos artistas e suas obras se deixam seduzir pelos brilhos deste sistema ideológico e se tornam, eles mesmos, ideologizadores, contribuindo ativamente para o fomento desse populismo. Mikel Dufrenne explica o processo. No mundo administrado em que nos movemos e existimos, a arte e nomeadamente a “Grande Arte”, é algo que está distante da comunidade social, que não está ao alcance do povo. Porém, logo que o sistema institucionaliza a arte, integra em si não só o corpo dos artistas, como as suas práticas, bem como todas essas atividades que lhe estão conexas: dos críticos, especialistas, colecionadores, mecenas, amantes das artes... Como já referimos, a gestão das coisas da arte torna-se um monopólio, fora do alcance dos próprios artistas, mas uma incumbência daquelas instâncias que se constituem como entidades de legitimação e que asseguram a circulação da arte, a sua comercialização, a sua fruição.

Trata-se, por isso, de uma arte, aparentemente aberta a todos, mas que, na realidade, é resguardada para privilégio dos que detêm os mecanismos da sua existência e do seu significado. Não é por aí, certamente, que se abre a via a uma democratização da cultura e da arte, pois a lógica da institucionalização é fortalecer o poder dos pares, como um reduto de mundo que ficará pereneamente fechado ao vulgo, de acesso restrito apenas aos admitidos. Em rigor, o que acontece é exatamente o contrário: a arte de massas não anula a arte de elite, mas confina-a a um espaço esotérico, pois há todo um processo de apropriação da grande arte, de tal modo que ela passa a ser percebida como propriedade de um estrato social superior, à qual o homem comum não acede, ficando assim mais disponível para aceitar a arte que o sistema lhe oferece, ou seja, a arte de massas. Ora, isto quer dizer que não é uma inevitabilidade que a

grande arte, o melhor da produção artística, tenha que ser rotulada como arte de e para uma minoria; em rigor, esta é o resultado de um processo de ideologização; na verdade, o que existe, sim, “é apenas uma arte à qual as pessoas comuns não acedem” (Rue 2009).

5. Porém, esta oclusão aos outros segmentos da comunidade humana, também não significa que todos os outros, a maioria, fiquem exatamente de mãos vazias. A sociedade de consumo, como se sabe, contorna este problema, abrindo e promovendo “um outro domínio, o da arte de massas” (Dufrenne 1990, p. 1158). Como se sabe, T. Adorno esquadrinhou esta operação de fortalecimento da já pujante “indústria cultural”. Note-se que neste processo, os indivíduos, os membros de uma comunidade, de um povo passam ao estatuto de coisas, números inseridos na “massa” acrítica, sem inteligência e cuja vontade fica à mercê dos poderes dominadores; são de tal modo vistos assim, que o que o sistema lhes oferece não é mais do que “um subproduto, uma arte medíocre para medíocres, destinada a massificá-los divertindo-os” (Dufrenne 1990, p. 1159).

No fundo, o que acontece é que o sistema ideológico compreendeu com muita sagacidade as “vantagens sociais” que a arte proporciona, por isso “tomou-a como modelo para a produção destinada ao consumo e a criar hábitos de pensamento. O resultado não foi a arte popular, mas a arte de massas” (Rue 2009). E fá-lo com tal perfeição que consegue dissimular a imposição numa aparente “liberdade de escolha” e fazer do consumidor um adepto do próprio sistema de manipulação, fazendo dele, inclusive, um novo manipulador: “a alma vulgar, sabendo-se vulgar, tem o denodo de afirmar o direito de vulgaridade e o impõe por toda a parte” (Ortega y Gasset 2010, p. 22). Não apenas lhe coarta a liberdade como o bloqueia num sistema de pensamento que passa a ser dominante, uma norma e lei, na opinião pública – eis o condicionamento totalitário que a arte de massas desencadeia, que limita a ação do ser humano a escolher entre possibilidades pré-estabelecidas, no reino da mediocridade.

Ora, este procedimento é vigorosamente denunciado por Mikel Dufrenne, na medida em que nada manifesta de uma verdadeira democratização, antes se trata de uma mistificação, de uma pseudodemocratização, pois não há da parte dos poderes constituídos nenhum esforço genuíno para facultar à comunidade, a cada um dos humanos, os meios de se aproximarem à arte considerada mais avançada, mais séria, difícil, erudita, seja no seu registo clássico, moderno, abstrato. Uma tal aproximação, a existir, desencadearia, certamente,

um efeito de enriquecimento pedagógico, formativo, de grande repercussão no imaginário, na percepção, na experiência de cada um. Mas não é isso o que o sistema pretende.

6. Porém, existe uma via eficaz para essa pretendida democratização da arte, e que passa, precisamente, por devolvê-la à sua fonte originária, à iniciativa das próprias comunidades humanas, à sua raiz primordial, como expressão direta da consciência, da vontade, da vida integral de um povo. Chamemos-lhe arte popular.

Tomemos como referência desta desejada estética “arqueológica” as culturas antigas, nomeadamente, a cultura grega, interpretada pelo insuspeito Herbert Read: “Na língua do culto povo heleno não existia o equivalente da palavra cultura. Os gregos tinham bons arquitetos, bons escritores, bons poetas, assim como tinham bons artesãos e estadistas. Sabiam que a sua maneira de viver era boa e estavam dispostos a lutar para a conservar. Mas, segundo parece, nunca lhes ocorreu pensar que possuíam um produto separado - a cultura -, produto ao qual os seus académicos pudessem estampar uma marca de fábrica; produto que seres de superior condição pudessem adquirir se dispusessem de tempo e dinheiro suficientes; produto que se pudesse exportar, como o figo e a azeitona, para os países estrangeiros. Nem sequer chegava a ser um invisível produto de exportação; se é que existia, a sua existência passava inadvertida, pois era algo natural, tão instintivo como a fala, tão involuntário como a cor da pele. Nem cabe, sequer, defini-lo como subproduto do modo de viver helénico: ele era esse modo de viver” (Read 2013, p. 25).

Herbert Read dá-nos aqui o enquadramento para percebermos o que é uma cultura integrada na vida do dia-a-dia, na qual a arte era inseparável do todo, tal como as outras dimensões simbólicas da religião, do sagrado, da política, e todas juntas expressavam o rosto do mundo, tal como era vivido quotidianamente pela comunidade. Simultaneamente um mundo real, concreto, mas também um mundo imaginado, fantástico, do desejo. Essa arte, certamente não imitava um real; inscrevia-se nele, era esse real. Então, a arte não ideologizava porque não estava institucionalizada. Do mesmo modo que ainda aí não se tinha instalado o esquema civilizacional baseado na divisão do trabalho, também a arte ainda não se apoderara de um lugar de diferenciação e era, à partida, por todos praticada.

Ora, esta lição de descida à base incita-nos a perguntar: e por que razão não poderemos projetar, de novo, um mundo onde, cada pessoa se reencontre com a pluralidade das suas potencialidades criativas, manuais, técnicas, teóricas, e

no caso vertente da atividade artística, possa vir a ser desenvolvida por todos os indivíduos e não apenas pelos que a sociedade e a cultura diferenciaram como “artistas”? Por aí chegaríamos certamente a encontrar a via de acudir às necessidades humanas, no seu sentido mais pleno, que incluem naturalmente a necessidade estética, da criação e da experiência da *poética*, com os valores que lhes estão genuinamente associados – coisa que o populismo massificador deixa completamente de lado. As necessidades que a arte populista e massificadora promove são as necessidades do próprio sistema que a alimenta, e não as necessidades genuínas da humana condição. Dentre aquelas necessidades artificiais, obviamente, sobressai o próprio consumo: “Fez-se do puro consumo uma necessidade vital, a ponto de se confundir o valor de ‘ser’ com o de ‘pos-suir’” (Rue 2009), abrindo caminho para um dos trajetos mais perigosos do individualismo contemporâneo. Risco e perigo que o próprio mercado da arte, no seu processo de disseminação planetária, de incremento da sua profissionalização, e de funcionamento bolsista cada vez mais próximo do corpo social, tornou mais real e iminente.

Ora, este sintético mapeamento indica-nos o itinerário de sentido que se começa a delinear: quebrar a redução da arte à “instituição-sistema da arte” é um passo decisivo para impedir a ideologização em todas as suas montagens, mormente aquela que hoje nos convoca, que é precisamente a ideologia do populismo.

Mas, o que significa libertar a arte desse reducionismo e dessa forma de servidão? Fundamentalmente, significa, por um lado, libertar a própria experiência do artista e do recetor das constrições que uma cultura dominadora impõe através de um modelo único de receção “errado e injusto” (Mendenhall 1983, p. 355).

Quando abandona os lugares hieráticos onde se coloca em representação para ser reconhecida, ao mesmo tempo confiscada e mimetizada, a arte deixa de ser um monopólio, e dirige-se à singularidade de cada um dos humanos sem, no entanto, ser uma arte de massas, sem se renegar. Por outro lado, nesse momento de viragem, ela já não reclama a deferência de uma relação assente no saber, a fina contemplação, um prazer de bom tom; ela convida, sim, à familiaridade, convoca para o jogo e para a fruição genuína. Liberta e alegre como a festa, no seu sentido e praxis autênticas.

7. A Obra de Mikel Dufrenne está recheada de belas imagens e de esclarecedoras explicações, na defesa desta experiência primordial com a arte, que nada tem dessa relação erudita e sabedora que o sistema social e teórico valo-

riza como a única relação legítima de acesso “adequado” à grande arte. Mas dessa posição de Dufrenne também não se deve inferir que defenda uma relação “por baixo”, sem exigência, laxista. Pelo contrário, faz-nos compreender o alcance e o fundamento de uma experiência como as que acontecem na pura inocência da presença; neste sentido podemos falar de uma relação “ingénu” (naïve), sem artificios, tal como os simples a fazem, sem saber. Ou, por outro, com muito outro saber! Daí todo um léxico que Dufrenne utiliza para denominar esta experiência, fazendo-a entrar na reflexão sobre a arte, precisamente porque, enquanto percepção “selvagem”, manifesta o essencial da obra de arte, que se dá ao recetor na sua essência sensível e singular, e que escapa à análise dos cientistas (Dufrenne 1976, p. 332). É importante estabelecer este registo, pois é ele que torna justificável a correlação entre a arte emergente das potências da comunidade social (arte popular) e uma receção que de modo nenhum se revê nos formalismos da erudição intelectual ou de um conhecimento abstrato. Sublinhemos: o essencial da obra, a sua “expressão, não é lida, é acolhida numa impressão, sentida, experienciada, aquém de toda a prova e de toda a explicação. Experiência feliz” (Dufrenne 1976, p. 334), de encontro, de fusão entre o corpo e a alma da obra e o corpo e a alma do recetor!

8. Libertar a arte do servilismo significa, também, encontrar um outro agente criador da arte, outros artistas, outros intervenientes, sem as fronteiras da admissão que o sistema impõe. É nesta linha que apontamos para essa arte “outra”, ou seja, a arte genuinamente popular. A arte popular pode, de facto, designar a prática da arte realizada pela comunidade, pelo povo, por todos os anónimos que a compõem, incluindo os que os poderes marginalizam. E se anteriormente se apontava para a necessidade de nela integrar os produtos então considerados heterodoxos da arte *naïf*, da arte bruta, da arte infantil, ou da arte dos “patenteux” do Québec (cf. Dufrenne 1990), hoje temos manifestações que continuam esta tradição transgressora da arte que, afinal, só enriquece a própria tradição.

Não se trata de uma visão utopista; pelo contrário, se analisarmos com critério, verificamos, como refere Dufrenne, que “a prática popular da arte está na origem da arte: enquanto os artistas não foram reconhecidos como tais, e as artes liberais distinguidas das artes mecânicas, e mais tarde designadas belas-artes e consideradas maiores para se distinguirem das menores, foram os artesãos, os trabalhadores, que produziram as obras” (Dufrenne 1990, p. 1159), foram estes os grandes criadores das obras, e com eles toda a comunidade que as projetou, a idealizou, as venerou, e perante elas dançou e cantou.

É claro que, hoje tal como ontem, o estatuto de segundo plano desta prática popular da arte não lhe permite mais do que uma visibilidade marginal “e na sombra da outra” (Dufrenne 1990) que o sistema reconheceu e institucionalizou, para mais facilmente manipular. Mas também é verdade que, tal como ontem, ela suscita o interesse de historiadores da arte, de filósofos da estética, dos próprios artistas, de cultores e de admiradores que consonam nas suas potencialidades a nível de inspiração, de objeto de estudo e sobretudo, de fruição estética. Afinal, a sua genuinidade, singularidade, poeticidade e verdade valem bem o compromisso da sua defesa, face aos mecanismos de rejeição e de exclusão que o sistema mantém em vigília. O seu papel será fulcral na reconstrução de uma autêntica cultura popular, desempenhando um papel pedagógico “para que o homem comum possa abolir a sua escravatura, e quando lhe toque dirigir a sociedade, não o faça como um tirano” (Rue 2009).

9. Problematizando esta proposta em termos de estética filosófica, é claro que sempre poderemos questionar, tal como Dufrenne, o índice de espontaneidade e de autenticidade das próprias produções da arte popular. Bem como, suspeitar se as suas criações não serão, apesar de tudo, meras réplicas e imitações, “subprodutos da grande arte” (Dufrenne 1990, p. 1159). Não se limitarão elas a seguir o que interessa ao sistema da moda, à publicidade, à economia de mercado? E o seu imaginário não estará irremediavelmente contaminado “pelos estereótipos que o alienam?” (Dufrenne 1990, p. 1159). É claro que não poderemos responder a estas perguntas como se possuíssemos um esquadro-compasso mental, verificando milimetricamente o grau de cumprimento dos critérios referidos.

Mas, é ainda Dufrenne que nos faculta uma orientação a ter em conta: pelo menos, esta arte popular não tem de correr o risco de se apresentar como promotora de novidade à força e a qualquer preço, como acontece com os objetos que o sistema da arte promove. É por isso que essa não é uma novidade “nova”, mas uma novidade aparente, já que ela repetirá o muito do mesmo. Não estando subjugada a este imperativo artificial, a arte popular brotará, certamente, de uma fonte genésica propícia à realização da sua natural criatividade, do seu genuíno prazer e do seu cuidar. Será, por isso, portadora da novidade da diferença, de uma genuína alternativa, condição fulcral para a possibilidade de uma verdadeira opção por “outra coisa”, isto é, por uma prática da liberdade.

Atingimos aqui um ponto nevrálgico para a credibilidade e significação da arte popular: interiorizar o prazer estético como o critério da avaliação estética, se e quando for necessário realizá-la. Sim, o prazer do olhar, o prazer da

percepção, mas sobretudo, o prazer de fazer, de uma *poiesis* que está ao nosso alcance, pois na arte genuinamente popular não mais se colocará a fronteira da competência/incompetência estabelecida pelas premissas que legitimam a arte de elite por um lado, e a arte de massas, por outro.

Encher-se de gosto: deixar subir, deixar-me invadir por este prazer, prazer do fazer que é sentir, que é pensar, que é valorar, que é apreciar, que é desejar, que – finalmente – é mudar... Trata-se, por isso, de um prazer que não se confunde com o “gozar” que o entretenimento da arte de massas facilita, de uma satisfação imediata que ajuda a “passar o tempo” na letargia de uma inconsciência, no embalo da indiferença! A arte genuinamente popular proporciona o prazer como expressão de uma conquista, desiderato de uma verdadeira cultura que se distingue “não pelo que se oferece às pessoas, mas pelo que se lhes exige, para que elas se superem a si mesmas” (Rue 2009).

10. Por fim, deixemos latejar o que poderá ser a eficácia política da experiência desta arte. É certo que esta arte popular “convida a uma revisão [...] do conceito de arte, da sua extensão, mas também da sua compreensão” (Dufrenne 1990, p. 1159). Mas esta revisão tem um “sentido político”, uma incidência política direta, pois ao desconstruir a arte de massas, bem como a arte de elite que o sistema institucionaliza, ela mesma se liberta; e se a iniciativa destas práticas pertence à comunidade – e não apenas aos artistas manipulados e reconhecidos pelo sistema institucional –, ao libertar a arte, é a própria comunidade humana, a própria sociedade, enfim, “é o povo que se liberta” (Dufrenne 1990, p. 1159). Então, podemos anunciar que esta experiência muda tudo. Ou seja, o papel desta arte já não se resume ao de «uma tomada de consciência» e à «realização de uma função crítica» (Dufrenne 1976, p. 41). Esta função é seguramente muito importante, mas agora dá-se um passo para uma função “militante” – não no sentido em que o artista *deva* assumir um compromisso político num partido ou numa organização – mas no sentido em que a arte popular é “operativa”: esta arte implementa uma transformação que opera em si mesma, e que prefigura e prepara a grande transformação na sociedade, na comunidade política. Ela é, por isso, esteticamente, o mais eficaz meio de politização.

Esta potência transformadora da arte popular é, quanto a nós, um excelente contributo para neutralizar as duas vias do populismo estético: a captura elitista exercida sobre a grande arte, por um lado, e a pseudodemocratização pretendida pela arte de massas, por outro. Um via a ter em atenção, sempre que assomam os riscos dos ideologismos, como acontece no presente!

Centrados nas potencialidades da experiência estética, pelo fio de pensamento de Mikel Dufrenne, encontramos verdadeiras razões para revalorizarmos a arte popular, na medida em que tal arte nos proporciona o fortalecimento dos laços de fraternidade e, por isso, de autêntica socialidade. Estes, não são mais valores idealizados, instrumentalizados, como o fazem as ideologias populistas. Pelo contrário, é na experiência estética que reencontramos uma fraternidade com o mundo e com os outros, fundada numa relação amorosa – “a percepção selvagem faz amor com a obra, e a arte será popular quando o público dela gostar simplesmente” (Dufrenne 1976, p. 47) – que transformam o conjunto dos apreciadores/praticantes desta arte numa realidade que não se revê naquele conceito estatístico e tecnicista de público. Este constrói-se sobre uma bem mais elevada relação de comunhão: “O público reúne indivíduos que afirmam um *sensus communis*: fazem uma mesma escolha, mas não a fazem apenas em seu nome” (Dufrenne 1976, p. 287), o que quer dizer que a comunhão intrínseca à experiência estética pode ser vista como o alicerce da forma autêntica de relação social para a comunidade humana, para a comunidade política, a nível planetário: “o que funda o público, e que faz dele a forma fundamental da sociabilidade, deve ser procurado na experiência estética” (Dufrenne 1976, p. 287).

Será aqui que reside a força de resistência que a prática da arte popular pode opor aos populismos. A potência de uma intersubjetividade concreta, onde o outro já não me surge como um consumidor-competidor – quem compra mais por menos? – mas um semelhante, unidos no mesmo gosto, e por consequência, “que é comigo capaz, não apenas de pensar um mundo, mas de experimentar um prazer e de apreciar a beleza.” (Dufrenne 1976, p. 287). Quando esse outro já não é visto como um semelhante meramente formal, impessoal, mas como um próximo e um irmão, então a comunidade que se desenha no horizonte é uma comunidade determinada pela nossa humanidade, precisamente o contrário de *massa* que a ideologia populista promove. Neste sentido, a *massa* jamais formará um *público*, um rosto de humanidade, porque não reside nela uma verdadeira comunicação.

É este desiderato da arte popular que lhe fornecesse a sua atualidade, pois a sua concretização é uma exigência, um paradigma normativo, sempre em processo, um desafio permanente que cada tempo, cada cultura lhe coloca.

Referências

- Château, D. (2019). Maryvonne Saison, La Nature artiste. Mikel Dufrenne: de l'esthétique au politique. *Nouvelle revue d'esthétique*, 2 (2), 155-156. <https://doi.org/10.3917/nre.024.0155>
- D'Angelo, P. (2014). Cosa è successo all'arte di massa? *B@belonline*, vol. 16/17, 107-118. Consultado em <http://romatypress.uniroma3.it/wp-content/uploads/2020/01/Cosa-%C3%A8-successo-all%E2%80%99arte-di-massa.pdf>
- Dufrenne, M. (1976). *Esthétique et Philosophie*, tome II. Paris: Éditions Klincksieck.
- Dufrenne, M. (1990). Populaire. In E. Souriau, *Vocabulaire d'Esthétique*, Publié sous la direction de Anne Souriau. Paris: Presses Universitaires de France, 1158-1159.
- Mendenhall, V. (1983). Essai sur l'incompétence esthétique. *Philosophiques*, vol. 10, n° 2, 341-359.
- Ortega y Gasset, J. (2010 [1930]). *La rebelión de las masas*. Raúl Barea Núñez (ed.), Fernando Robles Otero (prod.). Ciudad de México: La Guillotina.
- Read, H. (2013). *Al diablo con la cultura*. Trad. de Elbia Leite Armado. Buenos Aires: Terramar Ediciones.
- Rue, R. (2009). Cultura Popular y Populismo. *Actas de las V Jornadas Argentinas de Música Contemporánea e Investigación*. Córdoba: Corat-U.N.C. / In *Revista Experimenta*, Consultado em <http://experimenta.biz/revistaexperimenta/cultura-popular-y-populismo-roberto-rue/>