

O século passado foi o momento da história onde mais de perto a arte teve que se relacionar enquanto produto, num sistema de funcionamento abertamente capitalista, no ocidente.

A Escola de Frankfurt, com seus grandes filósofos de tendência abertamente marxista, foi quem primeiro se debruçou sobre esta questão, pondo na ordem do dia a relação arte e capital, produto, moeda.

Foi desta Escola, mais precisamente de Theodor Adorno, que surgiu a expressão “Indústria Cultural”. Feliz achado que cunharia todo o processo de capitalização da criação artística, momento em que “elementos inconciliáveis da cultura, arte e divertimento” acabaram por ser “reduzidos a um falso denominador comum” (ADORNO, 2007: p.29), numa desesperada tentativa de fugar o público fugidio, por um lado, e numa esperta tentativa de lucrar a partir do entretenimento, por outro.

A estandardização e a produção em série, analisadas por Adorno, foram insistentemente estimuladas para uma uniformização do produto; numa clara relação com o processo industrial que revolucionou e instaurou o capitalismo no mundo. Processo de padronização, este, que pudesse agradar a todos e ser produzido e reproduzido de forma sistemática, para atender a uma demanda de venda e retro-alimentar o sistema.

Durante a ascensão das classes menos favorecidas e não-nobres, na Revolução Francesa, surge o Melodrama, um estilo de teatro “para este público novo, em sua grande maioria inculto, no qual se desejava inculcar certos princípios de sã moral e boa política” (THOMASSEAU, 2005: p.28). A moralidade surge também como forma de proteger o patrimônio, a propriedade, através da legitimidade genética, financeira e social, e não é por acaso que a moralidade está intimamente ligada à ideologia do Melodrama.

A produção em série, desenfreada e desesperada dos autores do período, se valendo de formas, fórmulas e técnicas conquistadas a partir do drama burguês e de um estudo corrompido da poética de Aristóteles – que viria a ser o cânone do teatro bem feito – é curiosamente refletida no caráter descartável de tais produtos, aqui chamados propositalmente por este nome. As peças ficaram pra história da dramaturgia apenas como exemplos de um período, não mais sendo montadas, esporadicamente lidas.

Neste período parece girar na cabeça dos artistas de teatro o germe de uma indústria cultural, as cifras de um lucro fácil e sedutor, um teatro cheio de bailados, artifícios, efeitos, mágicas.

É bom lembrar que “assumindo o trono”, as classes não-aristocráticas passam a não mais trabalhar com o sentido do mecenato, as tradicionais famílias perdem suas riquezas e o paroxismo disso parece ser o século XIX, onde toda a Europa passa a explorar matéria-prima através da colonização e se concentra em girar seu capital todo em torno da indústria; terra e títulos perdem seu valor, e o mecenato é trocado pela necessidade direta do artista de vender sua obra.

“Para todos alguma coisa é prevista, a fim de que nenhum possa escapar; as diferenças vêm cunhadas e difundidas artificialmente” (ADORNO, 2007: p.11), e a arte passa a uniformizar-se em seus padrões, buscando o entretenimento e esquecendo o caráter particular da arte de ser espaço de subjetivação, transgressão e questionamento. “Divertir-se significa que não devemos pensar, que devemos esquecer a dor, mesmo onde ela se mostra” (ADORNO, 2007: p.41). Assim, o artista se torna um manipulador de fórmulas que agradem o público; seu produto precisa ser vendido.

A fórmula cheia de quiproquós do Melodrama, com seus vilões, donzelas, irmãos trocados, questões financeiras, moralismos exacerbados e questões religiosas, dentro de uma estrutura matematicamente elaborada de reconhecimentos, títulos e perseguições, parece ser uma herança da qual o teatro não consegue nem quer se desvencilhar. Levado para a televisão e para o cinema, as doses são ainda mais cavalares, e tudo dentro de uma perspectiva industrial, de venda e consumo – se possível imediato – para fazer girar o capital, mola-mestra do nosso sistema.

Curiosamente, a excentricidade procurada na arte teatral – que tem sua origem nas representações populares e medievais, nas alegorias, no grotesco, no ritual e no simbólico – é um outro lado da mesma moeda, no que tange às questões do consumo e do produto.

Em sua maioria, “aquele que resiste só pode sobreviver integrando-se. Uma vez registrado em sua diferença pela indústria cultural, já faz parte desta” (ADORNO, 2007: p.23). Adorno vai, inclusive, refletir sobre a eventual liberdade dada pelo capitalismo: “A liberdade na escolha das ideologias, contudo, que sempre reflete a pressão econômica, revela-se em todos os setores como liberdade do sempre igual” (ADORNO, 2007: p.73).

Basta ver como certos artistas, portando a bandeira de diferentes e transgressores, num instante passam a fazer de sua excentricidade sua moeda de troca, num jogo de interesses onde – ao invés de superar-se em busca de novas linguagens e novas estéticas – o artista vende sua diferença como exótico animal de um circo imaginário.

Parece quase impossível sair das teias visquentas da indústria, e parece desesperador se ver defrontado com um impasse do artista sobre sua criação, sua sobrevivência e a busca do público. Saliento aqui o fato de que a arte deve comunicar, de alguma forma, para que ela possa se realizar, no teatro, a partir da premissa de que não se faz teatro sem ator e público, mas há

algo na própria filosofia do artista contemporâneo que está contaminada, talvez, do pensamento comum.

É justamente neste ponto que se encontra a pedra de toque, a meu ver, para a possibilidade de saída do artista. O que mais vemos são obras que – a despeito de sua estética contemporânea, pós-dramática, extravagante ou visceral – encontram-se subliminarmente vinculadas a uma ideologia capitalista, religiosa, politicamente correta, bem como a uma resolução melodramática dos fatos que corrobora o caráter moralista, como bem diz Adorno: “A moral da cultura de massa é a mesma dos livros para rapazes de ontem, embora ‘aprofundada’” (ADORNO, 2007: p.52). Este caráter mais “aprofundado” que Adorno coloca pode ser visto de várias maneiras.

A perda da inocência é algo que – qual bola de neve – se torna uma avalanche periódica na sociedade. Perde-se a inocência a partir de descobertas científicas, do desvelamento de fatos já sabidos, mas escondidos da sociedade, das mudanças tecnológicas, das informações da mídia, das revelações históricas. Com isso, perde-se também o olhar inocente, na arte. Faz-se então necessário que determinadas temáticas se adequem às novas realidades e morais de um período.

Falar de travestis, homossexuais, negros, poder feminino, políticos corruptos e desigualdade social são bolas da vez que surgem nas telas e palcos sob os aplausos de uma classe artística que cada vez mais se adequa ao gosto comum, ao pensamento medíocre da sociedade atual.

Podemos também ver obras onde, por exemplo, o vilão se dá bem no final. Ao invés de uma subversão do melodrama, podemos ver aí um artifício que ecoa na cabeça do público como: “olha como essa obra reflete nossa sociedade injusta”. Mas por trás disso não há nenhuma transgressão, relativização, subjetivação. O vilão se dá bem porque assim querem ver os espectadores ávidos por comprovar – num claro espelho da sociedade – que na ficção também acontece o mesmo que no jornal da noite. Fica claro e evidente que a arte perde seu caráter único de ser um espaço deslocado do lugar-comum.

É muito triste ver alguém analisar um mero subproduto artístico como algo inventivo e novo, por tratar de questões que o jornal da noite, as mesas de bar, as revistas semanais e a novela das oito estão tratando também. É a uniformização da arte, como produto e como idéia mediocrizante.

O princípio da utilidade, na arte, termo cunhado por Adorno, é usado como problematizador para o real lugar da arte, que segundo Ortega y Gasset é o lugar que não é o humano, está para além do cotidiano, do usual, do que é esperado, aceito, moralmente e eticamente em consonância com o pensamento comum.

Mas a arte vem servindo como espelho da sociedade, e se basta assim, para ela. Já não se sabe o que a publicidade herda da arte (e vice-e-versa), o que a arte herda dos movimentos sociais (e vice-e-versa), o que os movimentos sociais herdam das revistas semanais e assim por

diante, num *rizoma* negativo de fatos que superficializam e uniformizam as linguagens, e conseqüentemente, viram “as formas do surpreendente e todavia familiar, do leve e contudo incisivo, do especializado e entretanto simples” (ADORNO, 2007: p.69) que vão caracterizar a arte do século passado.

Não é, portanto, irresponsável perceber e assinalar no germe do capitalismo e do estabelecimento da burguesia o que viria a se tornar a indústria cultural do século XX, que procurou uniformizar e usar fórmulas para atrair o público, e – mais especificamente no teatro – um comportamento, técnicas e uma ideologia que surgem no teatro burguês e vão se firmar com o melodrama; teatro especialmente feito para uma classe ignara e que tem como princípio a ascensão e a circulação de capital.

“Senso crítico e competência são banidos como presunções de quem se crê superior aos outros, enquanto a cultura, democrática, reparte seus privilégios entre todos” (ADORNO, 2007: p.26,27).

BIBLIOGRAFIA:

- ADORNO, Theodor. *Indústria cultural e sociedade*. Editora Paz e Terra. São Paulo, 2007.
- ORTEGA y GASSET, José. *A desumanização da arte*. Cortez Editora. São Paulo, 2005.
- THOMASSEAU, Jean-Marie. *O melodrama*. Editora Perspectiva. São Paulo, 2005.
- WEBER, Max. *A ética protestante e o “espírito” do capitalismo*. Editora Schwarcz. São Paulo, 2005.