

Será Inútil Resistir?

J. Roberto Whitaker Penteadó

'O que ele vai fazer?'"Nada."Eles vão matá-lo.' - Hemingway – *The Killers*.

Início com um trecho emprestado de Moacyr Scliar – em artigo na Folha – que, como eu, é fã do conto *The Killers* ("Os Assassinos"), de Hemingway – que foi, inclusive, filmado duas vezes. A história é simples e brutal. "Dois matadores de aluguel entram num bar, procurando por um tal Sueco. Um garoto é despachado para avisar o homem de que ele corre perigo. Para sua surpresa, o Sueco diz que não mais fugirá, que é inútil. Os cineastas buscaram desvendar o mistério que envolve o Sueco - por que ele está sendo caçado? por que não reage? -, mas este é, no meu entender, um empreendimento dispensável: a grandeza do texto reside justamente nessa incógnita e na perplexidade do menino diante dela..." Scliar relaciona a obra com o autor e sua tragédia: "É inútil, disse a si próprio Hemingway, em 2 de julho de 1961. Com a arma usada para abater a caça ele deu o repouso final à inquietude que o perseguia."

Tenho pensado várias vezes nesse conto, nos últimos tempos, em relação à atitude estranhamente resignada de colegas nas profissões de propaganda e marketing, diante dos ataques e das ofensas que têm sido desferidas através dos meios de comunicação contra essas atividades – e que são, na minha opinião, inteiramente desproporcionais aos defeitos e pecados que possam, de fato, ter. mas a sua baixa autoestima evidente sugere que concordam com seus acusadores.

Hemingway não tratava de anjos no seu texto, mas de um pugilista, em fim de carreira, e do baixo mundo dos pistoleiros e dos promotores de combates de box com resultados pré-estabelecidos. O Sueco havia concordado em perder, mas venceu o combate derradeiro. Por isso, conformava-se com o desfecho. O escritor deu fim à vida porque não podia suportar a dissonância entre suas verdades, a interna e a externa. Não conseguia compreendê-las – ou talvez conseguisse, como é próprio dos artistas. Não fez diferença.

É possível que exista um grande sentimento de culpa na relação entre o que o artista imagina ou acredita que seja a sua missão e aquilo que a sociedade o induz a fazer – através da remuneração do seu trabalho. O fenômeno tem raízes profundas e antigas. Desde a antiguidade, poetas, escritores, escultores, músicos – todos rebelavam-se contra a obrigação de fazer passar uma mensagem ideológica na sua criação para atender a uma exigência do mecenas de plantão, fosse ele leigo ou religioso. A "arte aplicada" é a versão menos nobre da arte.

Que dizer, então, da propaganda e do marketing? São atividades que simplesmente não existem independentemente do produto ou do serviço que promovem. Mas – e daí? Vender será uma ação – em si - reprovável?

Não e sim. Do ponto de vista do sistema econômico, vender é uma necessidade absoluta. Mas – sob o misterioso manto daquilo a que chamamos de Cultura - não parece ser nada de bom. Assim pensa a maioria dos brasileiros.

Disponível em: <<http://www.jrwp.com.br/artigos/leartigo.asp?offset=15&ID=508>>. Acesso em: 23 jul. 2009.