

Herança Melancólica

por Marcos Cesana, ilustração de Eco

“A Marca da Maldade” é rir de Orson Welles enquanto vemos os comerciais de uísque que ele fez.

No último Festival de Curtas de São Paulo fiz parte de um amontoado de gente que viu o precioso média-metragem de Orson Welles *A Fonte da Juventude* (*The Fountain of Youth*, 30 min, 1958), sua participação em programas de TV, como *I Love Lucy*, da comediante Lucile Ball, e acompanhei 10 minutos de comerciais para a *Japanese Whiskey Commercials*, uma colagem de filmes publicitários feitos para a marca G & G NIKKA (que é do que vou trato neste artigo).

Alguns meses depois do acontecido, posso, finalmente, fazer aqui um *mea-culpa*. Eu também ri de Orson Welles como garoto-propaganda de uísque para o mercado japonês. Não porque o comercial fosse engraçado, mas porque era Welles que o fazia.

Ao deixar o templo sagrado do *ecrân*, da escuridão e das imagens-luzes, nossos ícones, percebi que ria de um outro tipo de ícone. Ria de Welles, daquele tipo de diretor atemporal que ficará para o cinema como Muhammed Ali ficou para o boxe, Maradona para o futebol e Van Gogh para a arte. Percebi inclusive a tragédia pessoal que se apoderava dele como desses grandes nomes que citei.

Entendi que o meu riso era parte de outros muitos que ocupavam aquela mesma sala de cinema, como signos cruéis desses anos 90, em que o bom-gosto vem sendo substituído pelo apelo forçoso do *marketing*

das marcas. O tema é bem abordado em *Fight Club* (*Clube da Luta*) – nome quase inverossímil, se formos rigorosos na análise deste filme, e que deverá ter desdobramentos interessantes na próxima edição de **Sinopse**. Experimentei ser, por alguns minutos, um pagodeiro que rima amor com dor e vai ver Orson Welles.

Levantando um troco

Amigos, definitivamente fui um pagodeiro em dez minutos, mas não o sou pela vida. Já não o fui quando deixei a sala de cinema e queimei a boca com o café ao me tocar do que havia feito e presenciado. Compreendi a melancolia e a tristeza que havia por trás daquelas imagens de Welles, cansado e tentando levantar um “troco” para o dia-a-dia. Provavelmente o “troco” que ele deve ter ganho é maior do que as minhas despesas de seis meses, mas não importa: o fato é que é Orson Welles. E Orson Welles é o melhor que existe em cinema. Alguém poderia me dizer: “Ei, espere aí, eu sou Jean Renoir”, ou “Eu sou Kurosawa, Godard, John Ford, Hitchcock, Huston, Wilder, Kubrick, Chaplin, Glauber, Fellini ...”. Não há quem desses cineastas citados não fosse admirador do talento e da inteligência de Welles. Mesmo que ele tenha feito um número menor de filmes do que a maioria deles, todos os que Welles concluiu foram e são parte dos melhores filmes do mundo.

Mas voltemos ao Welles garoto-propaganda, que dizia num inglês lento, para ser entendido pelos japoneses: “G & G...Nikka”

e falava das boas coisas da vida, das melhores coisas da vida, que para ele, ali, estavam tão distantes. O texto era semelhante a este: “As melhores coisas da vida são, com certeza, o poder de fazermos o bem, algumas vezes fazer o bem começa por nós, e não há nada melhor do que fumar um bom charuto, fazer uma boa viagem ou beber um bom uísque – Nikka” ou “Uma lareira, um perfume e Nikka”, ou ainda, “Um bom filme, uma companhia agradável e Nikka”.

E, por quê? Por que, mesmo sabendo ser ele um diretor genial, nós não estávamos vendo sua última obra-prima, e sim um comercial de uísque?

Muitas respostas podem ser ditas, poucas são aceitáveis. Ainda que Welles fizesse o comercial com extrema elegância e profissionalismo, foi um momento triste e interessante o que aconteceu comigo naquela noite. E esse momento reverberou muito tempo depois de tê-lo presenciado como uma humilhação inexplicável. Fiquei intrigado com o paradoxo: o fato de Welles ser celebrado enquanto não terminou a maioria dos seus projetos.

Welles é como o nosso Grande Otelo: teve muito menos do que mereceu, não só em dinheiro como em homenagens prestadas, como símbolo do cinema que é, e em respeito ao seu grande talento.

Lição de Casa

Enquanto pensava nessas coisas, voltando a alguns momentos após ter saído do cinema e perceber o meu equívoco, encontrei

um amigo, ator, que não via há muito. Ele me disse ter gostado muito do médiometragem de Welles, disse tê-lo achado realmente genial – “a genialidade em gotas florais”. Também gostara dos comerciais de uísque. E eu contestei:

– Você pensou que aquele ali não era qualquer um, que aquele era Orson Welles.

– Lógico, ele respondeu.

– E você pensou que Orson Welles é um dos gênios do cinema e um dos maiores atores de todos os tempos, e que ele vivia na América, onde o profissionalismo nas artes cênicas e cinematográficas é encarado pelo Estado e, principalmente, pela iniciativa privada como um negócio e um fator cultural?

– Tá, ele respondeu, e onde você quer chegar?

– Não quero chegar a lugar nenhum. Fiquei apenas amedrontado com estes comerciais, pois, se Orson Welles no final da vida precisa ficar fazendo comercial babaca de uísque... Sei lá, lembrei também que Grande Otelo era uma atração apagada dentro da *Escolinha do Professor Raimundo*, apesar de ter sido um grande destaque em filmes como os do período da Atlântida...

– Que é que tem? E daí?, disse ele inocentemente.

– Fiquei pensando sobre o que será de nós brasileiros, dos nossos diretores e atores de cinema, o que será da nossa arte no futuro?

– É verdade, ele disse como quem está apenas começando.

Eu, por fim, perguntei:

– E você, o que está fazendo agora como ator?

Quando fiz essa pergunta pude notar no olhar dele que “a ficha tinha caído”. Fecham-se as cortinas do espetáculo, abrem-se os olhos para a realidade.

