"Arrogância: Sintoma e Sintaxe da Alienação"

O meio artístico independente – seja no cinema, na literatura, no teatro ou na música – carrega uma contradição estrutural: embora pretenda afirmar-se como campo autônomo de criação e crítica, ele opera sob uma intensa determinação heterônoma, determinada pelas relações sociais capitalistas. A crescente subordinação da cultura às exigências do mercado impõe limites objetivos à prática artística, deslocando a centralidade da obra para os circuitos de legitimação externa, que se fundam em critérios alheios à criação estética: capital simbólico, posição de classe, redes sociais de prestígio, visibilidade algorítmica e performance midiática.

Nesse contexto, a produção cultural já nasce cindida. O artista é impelido a justificar sua própria existência social antes mesmo de produzir qualquer conteúdo. A obra cede lugar à persona, e a obra-prima torna-se secundária frente à performance do autor enquanto sujeito mercantilizável. A precariedade das condições materiais de existência, aliada ao fechamento dos circuitos de reconhecimento institucional e popular, produz uma experiência de incomunicabilidade estrutural, não por incapacidade de linguagem, mas por impossibilidade de inserção. O artista sente-se isolado, desprovido de mediações concretas que lhe permitam dialogar com um público real. Essa vivência tende a ser erroneamente interpretada como um fracasso pessoal, gerando formas neuróticas de compensação simbólica.

É nesse terreno que se constitui a figura do artista-personagem: uma construção autopromocional compulsiva, cuja função é mascarar a fragilidade subjetiva e o vazio de interlocução real. A autopropaganda ininterrupta converte-se em condição de sobrevivência no campo artístico contemporâneo. A imagem, não a obra, passa a ser o verdadeiro produto. O valor de uso da criação é suplantado por seu valor de troca enquanto signo: seguidores, curtidas, parcerias, convites e monetização. O artista deixa de ser um produtor orgânico de cultura para tornar-se um agente de marketing de si mesmo. Essa autonomização fictícia da imagem frente à obra é uma manifestação direta do fetichismo da mercadoria, conforme analisado por Marx. A mercadoria artística, uma vez inserida no circuito da indústria cultural (ainda que de forma periférica), torna-se fetiche: oculta as relações reais de produção que a engendraram e aparece como dotada de valor intrínseco, como se seu prestígio decorresse de qualidades imanentes e não de determinações sociais. O artista, por sua vez, tende a se identificar com essa lógica, internalizando o valor de mercado como critério de validação de sua própria existência.

A arrogância – frequentemente diagnosticada no comportamento de artistas tanto medíocres quanto talentosos – é, nesse contexto, um sintoma ideológico. Ela expressa a tentativa de afirmar uma autossuficiência ilusória, um narcisismo compensatório diante da ausência de reconhecimento efetivo e do esvaziamento das mediações sociais da arte. Trata-se, no fundo, de um mecanismo de defesa diante da angústia provocada pela reificação das relações no campo cultural. O arrogante não escuta, pois teme que a escuta revele sua insuficiência. Ele não compartilha, pois teme que o coletivo dilua seu suposto brilho individual. Ele não dialoga, ele performa. Essa arrogância não se manifesta apenas na retórica professoral e no desejo de superioridade simbólica, mas também na recusa do outro como sujeito. O outro – colega, crítico, público ou interlocutor – é percebido como ameaça, não como possibilidade. A incapacidade de estabelecer vínculos é então travestida de genialidade incompreendida. O artista arrogante frequentemente utiliza o underground como trampolim, jamais como espaço de construção. Seu desejo é ser absorvido pela indústria cultural, não enfrentá-la. Sua luta não é emancipatória, mas ascensional. Não busca romper com a ordem dominante, mas integrar-se nela. Ele não quer destruir o templo, mas ocupar o altar.

Já os artistas medíocres, conscientes de sua limitação, operam através da simulação. Formam agrupamentos de autocelebração onde a bajulação mútua substitui a crítica, e a estética se submete a um padrão repetitivo legitimado pelo senso comum. O underground, neste caso, não é espaço de radicalização, mas de reprodução periférica da lógica de mercado, disfarçada por uma retórica de autenticidade. A crítica é interditada sob a alegação de desunião, e a cena transforma-se num teatro de vaidades, onde cada um representa o papel de "relevante" enquanto o público, igualmente capturado, consome não a obra, mas a aura simbólica do artista. Essa operação simbólica compromete o processo. Ao exigir do mundo o reconhecimento imediato de sua importância (frequentemente imaginária), o artista arrogante revela uma profunda infantilização política e ética, típica de uma sociedade fundada na mercadoria e no individualismo. O orgulho precede a queda, pois sua base é instável: não se assenta na densidade da obra, mas na efemeridade da performance social. O artista arroga para si um lugar que não construiu com trabalho concreto, mas que deseja conquistar por prestígio imaginário.

É preciso, portanto, recolocar a crítica no centro do campo artístico. Não há emancipação possível sem confronto, sem desidealização da figura do artista e sem desmascaramento das estruturas simbólicas que sustentam a indústria cultural, mesmo em

sua versão “alternativa”. Reatar os laços entre arte e crítica radical, entre produção simbólica e práxis transformadora, é tarefa urgente diante da falência ética do espetáculo cultural contemporâneo.

Arthur Moura