

PAUL
CORNEL
CHITIC

Afișul
de
teatru
din
Republica
Democrată
Germană

Nici bunăcuviință, dar nici spațiul tipografic nu îngăduie o aventură pe tărîmul supozițiilor despre afișul de teatru din Republica Democrată Germană: întâi, pentru că nu ne este cunoscută arta afișului din țara prietenă; în al doilea rînd, pentru că afișul de teatru — spre deosebire de orice alt gen de afiș publicitar — se naște, trăiește și evoluează în acel climat sinergic apărut la întretăierea dintre virtuțile artelor teatrale, pretențiile și așteptările publicului și ambițiile și speranțele teatrului (ca act de cultură) din acea țară. Climat pe care-l cunoaștem, pînă acum, atît cît este posibil, numai din răsfoirea revistei „Theater der Zeit”.

Iată, cîte preterite întemeiate invocăm, pentru a comenta expoziția deschisă în foaierea-galerie de artă al Teatrului Foarte Mic, doar în calitate de trecător prin fața unor mostre, extrase din complicata alcătuire care este, fără îndoială, teatrul.

Primul chip cu care se înfățișează viața teatrală pietonului din Berlinul democrat este și singurul pe care-l putem comenta: un chip care demonstrează, din partea graficienilor, inventivitate calculată, meticolos drămuț, și o corectă distanță față de orice exces imaginativ.

Artiștii dovedesc virtuozitate în oricare dintre tehnicile ori trucurile plastice: colaj fotografic, dilatarea rasterului tipografic, gravură, desen în tușuri colorate etc., dar fără a explora totdeauna pînă la capăt modalitatea aleasă, și fără dezlănțuirea care metamorfozează excesul în sursă de trăire emoțională.

Perifriza, aluzia, ironia, alegoria, narativismul, dadaismul apocrif, gongorismul cromatic — aceste definiții pot fi atribuite afișelor prezentate în expoziție. Dar, privite laolaltă, afișele comentate au un rictus, jovial uneori, alteori flegmatic, cel mai adesea forțat. Rigiditatea lor severă, sumar mascată, semeția lor gravă, travestită sporadic în parodie, nu trădează, nici o clipă, acea tensiune afectivă care să se orchestreze, spontan și definitiv, într-o singură expresie: frivolitate gureșă (afișul francez „belle époque”); flectăreală burlescă (afișul italian); entuziasm incantatoriu (afișul sovietic 1917—1923); tragism convenit (afișul polonez); marketing pentru orice (afișul american); oricît ar fi de superficiale, epitetele de mai sus sugerează faptul că există o dominantă a fiecărei concepții despre teatru, la un moment dat. Altundeva trebuie căutată dominantă afișului german — desigur, mai puțin vizibilă, și care nu se manifestă ca un numitor comun, la nivelul vizualului. (Excepție fac afișele Teatrului „Metropol”, dar acestea, organizîndu-se ca un „fronton” al expoziției, alcătuiesc o structură — bine clădită, bine configurată. Afișele „Metropolului” par a vorbi despre o anume viziune teatrală, despre o anume manieră de a realiza spectacole de teatru. Le socotim, așadar, un sigiliu care pecetluiește o ideologie estetică, și nicidecum semne ale unei dinamici de tendință.)

În rest, fiecare afiș se străduiește (prin tehnică, prin natura „truvaiurilor”, prin spectrul de referințe culturale) să se deosebească de celelalte, nu prin excese și jonglerii plastice — în acest sens, ele sînt „egale” în cantitatea de inventivitate —, ci prin sirguința graficianului de a reformula conceptul de teatru ca artă, deci de a oferi teatrului o emblema, un însemn heraldic.

Afișul de teatru este un mijloc de înregistrare a temperaturilor, înăuntrul procesului de concepere și realizare a unui act artistic de amploare și importanță. În acest sens, expoziția din Berlinul democrat este spectacolul, tăcut și încărcat de tensiuni, al căutărilor artistice pe care le bănuim că se dezvoltă în arta actorului și a regizorului din țara prietenă.