

# NADA SE CRIA, TUDO SE RECICLA

ANA LÚCIA DO NASCIMENTO, AUGUSTO MELLO, CRISTINA CLARKE E  
GIOVANA MOLLONA

Nas discotecas, o som é dos anos 70. Nas vitrines das lojas, a moda é neo-hippie. Mas, afinal, qual é a verdadeira identidade dos anos 90?

**A**nos 90. Há pouco menos de uma década para o fim do milênio, era de se esperar que estivéssemos abrindo as portas para a cultura do século XXI, assim como, por exemplo, fizeram nossos antepassados impressionistas, ao questionar a monotonia figurativa das 'belas artes' na era moderna.

Mas o panorama do mundo em que vivemos é bastante diferente da efervescência vanguardista de outrora. Nossa geração se desenvolveu sob o signo da massificação, da constante superação tecnológica e do rompimento absoluto das barreiras de comunicação. Com tantos fatores externos se sobrepondo em uma velocidade atordoante, é difícil imaginar que consigam se perceber com tanta clareza dentro deste contexto cultural.

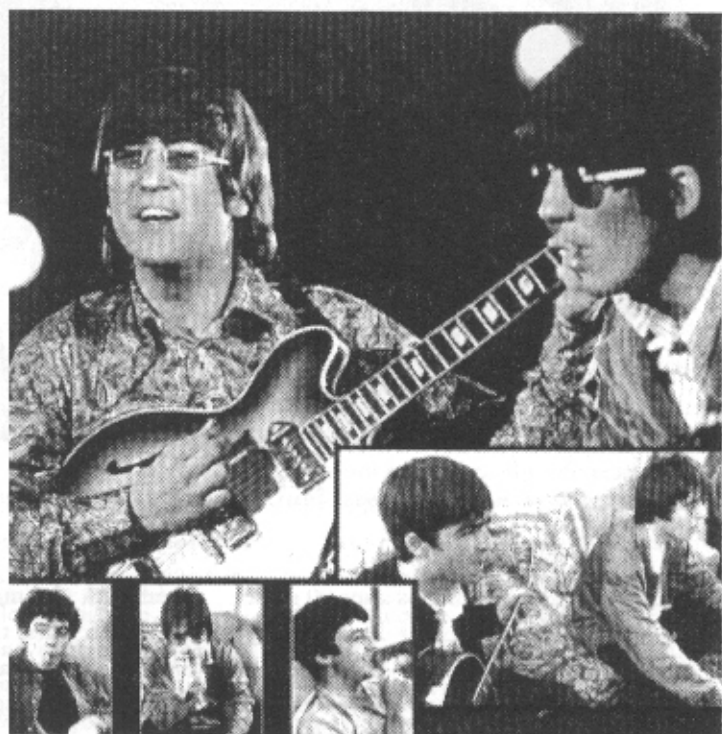
## O sonho acabou

Para os jovens que estão crescendo e se formando intelectualmente neste final de século, uma coisa é certa: a incerteza diante do futuro. É como se já não houvesse mais o que se descobrir ou contra o que se rebelar. Ao invés de olhar para frente, cheia de sonhos e esperanças, esta geração prefere reencontrar suas origens buscando influências num passado rico e, aparentemente, inocente.

A vanguarda atual é nostálgica. Seja na moda, no cinema, na música ou no design, o que vemos é uma incrível sucessão de referências, citações e até mesmo reedições dos padrões estéticos que fizeram a cabeça de nossos pais e avós. Nesse festival de homenagens ao passado, as décadas mais influentes são os "loucos anos 20" e os "mais loucos ainda" 60 e 70.

## A androginia de Marilyn Manson não passa de um pastiche de Ziggy Stardust, o alter-ego de David Bowie nos anos 70.

Na verdade, o grande mérito destas releituras foi a forma como foram adaptadas aos massificados anos 90. Determinados fragmentos do passado são selecionados devido ao seu potencial plástico/imagético e adicionados a ingredientes contemporâneos, apresentados com uma roupagem "modernosa". Este processo constitui uma espécie de antropofagia



Beatles e Oasis: declaração de amor explícita pelo quarteto de Liverpool.

pós-moderna, onde o elemento devorado não está culturalmente distante, mas apenas temporariamente esquecido.

## Um enigma que não quer ser desvendado

O próprio conceito de 'pós-moderno', segundo Nicolau Sevcenko, professor de História Moderna da USP e da PUC-SP, "supõe uma reflexão sobre o tempo nascida do desencanto, que procura se reconstruir como alternativa parcial". Em seu ensaio "Provisório is beautiful", o autor aponta uma corrente de intelectuais que acredita que o movimento não passa de "uma pasteurização dos cacoetes das vanguardas, sem vitalidade ou compromisso". É justamente a falta de uma definição que determina sua característica principal: nada é levado muito a sério.

Em um mundo onde os produtos são projetados para o consumo massivo e imediato, a estética que assumem acaba se tornando um signo de sua época. No



Rolling Stones e Black Crowes: Sexo, drogas e rock'n'roll, trinta anos depois.

cinema, por exemplo, os anos 90 representam fragmentação e linguagem de videoclipe. Filmes como "Assassinos por natureza" e a nova versão para o clássico "Romeu + Julieta" são verdadeiros produtos de sua era, com seu ritmo vertiginoso e metalinguagem violenta.

Ainda no terreno cinematográfico, um nome seria a tradução perfeita de como funciona esta assimilação de elementos atemporais na construção de um estilo: Quentin Tarantino. Filmes como "Pulp Fiction", "Um drink no inferno" e "Jackie Brown" são paradigmas da modernidade, parodiando elementos do *film noir*, do romance policial barato, do cinema *trash* e da *blaxploitation*. As trilhas sonoras, recheadas de pérolas escolhidas a dedo pelo diretor, revelam o conteúdo nostálgico da obra.

## Flashback

Mas se existe uma expressão artística onde o *revival* se faz ainda mais presente, essa expressão é a música. Enquanto clássicos modernos como Pink Floyd e Led Zeppelin continuam colecionando legiões de fãs, a nova geração de artistas não faz questão de esconder suas influências. O que seria de Lenny Kravitz sem Jimi Hendrix e Marvin Gaye? Ou al-

guém tem alguma dúvida de onde os irmãos do Oasis tiraram aquelas franjinhas? E o *freak* Marilyn Manson? Sua androginia não passa de um pastiche de Ziggy Stardust, alter-ego de David Bowie nos anos 70.

Seja como for, o fato é que o velho e o novo convivem pacificamente em nosso dia-a-dia. Basta ir à praia de Ipanema, na altura do Posto 9, para encontrar *neo-bippies* cabeludos ouvindo The Doors; ou olhar as vitrines das boutiques mais descoladas para ver calças *saint-tropez*, saias no comprimento do joelho e *twin sets* no melhor estilo Jackie O.

Se a esta altura você ainda não está convencido de que boa parte do que se vê hoje em dia é pura reciclagem, vamos te dar uma colher de chá. Quem sabe daqui há uns anos aquela sinistra camisa gola morcego que marcou sua infância

no início dos anos 80 não será a última moda para seus filhos?

## Criatividade X Desperdício

O jardim é todo iluminado por bolinhas de gude. A sala ostenta uma requintada peça decorativa surgida (pasmem!) do entulho de cacos de vidro, azulejos quebrados e ferragens que sempre sobram depois de terminada uma obra. Uma casa assim parece saída de um filme de Almodóvar; mas ela é só um exemplo do que a reciclagem é capaz de fazer na decoração de qualquer espaço.

Bem diferente do papo de "eco-chato" (aquelas pessoas que não fazem outra coisa senão pensar em defender a Natureza de forma pouco inteligente), a reciclagem é uma maneira criativa, barata e eficiente de se poupar os recursos naturais.

Apesar das grandes vantagens dos materiais reciclados, existe um probleminha: nossa sociedade ainda não se deu conta disso, o que desencadeia o surgimento de lugares nada convidativos como, por exemplo, aquele lixão próximo ao Aeroporto Internacional, na Ilha do Governador. Sem dúvida, o pior cartão de visita do Rio de Janeiro (e do Brasil também). Para resolver esse e outros impasses que só emporcalham a cidade, bastaria desenvolver um trabalho de coleta seletiva do lixo doméstico.



Jimi Hendrix e Lenny Kravitz: visual e sonoridade no clima flower power dos anos 60.



David Bowie (encarnando seu alter-ego Ziggy Stardust) e Marilyn Manson: androginia retomada.

Mas de nada adianta separar os detritos se o destino é um daqueles horroresos lixões. Para que o trabalho não seja em vão, é fundamental uma usina de reciclagem. Lá, não só papel e alumínio são transformados para a reutilização como também os entulhos da construção civil podem ser triturados, formando um composto ideal para a pavimentação de calçadas. Será que o projeto "Rio Cidade" conhecia esta técnica que baratearia os custos daquelas obras tão "urgentes"?

Os resultados dessas medidas são animadoras: só o reaproveitamento do papel "velho" reduz a poluição atmosférica em 95%. Reciclar uma tonelada de plástico economiza 130 quilos de petróleo e a mesma quantidade de vidro reciclado poupa 70% de energia. Mais do que endossar o papo de preservar a natureza, a reciclagem é também um bom negócio e, ainda por cima, está na moda. Um bom exemplo é a nova tendência na decoração que cada vez mais se baseia no lixo para realizar um exercício de criatividade, no mínimo, inusitado.

Numa época onde a releitura mui-

tas vezes repete antigas fórmulas por falta de boas idéias, a reciclagem na arquitetura e decoração está fazendo algo de inédito. Além de inaugurar um padrão estético novo que cria a partir do lixo, essa iniciativa poupa recursos naturais e o que é melhor: não dói no bolso.

### A moda do jovem pós-moderno

Até há pouco tempo atrás podíamos considerar que o estilo de roupa que se usava revelava a personalidade de cada um. A aparência era usada como expressão de idéias, comportamento, protesto, hábitos, valores. A moda era um elemento que marcava épocas. Hoje a roupa parece camuflar. O jovem se confunde no meio de tantos outros aparentemente iguais.

Nos anos 90, a moda não representa mais o jeito de pensar e agir. Não é mais uma manifestação simbólica cultural. Nas décadas anteriores a roupa usada transmitia uma mensagem. Os hippies ou os punks são dois bons exemplos desta manifestação simbólica.

### Hoje em dia os jovens do mundo inteiro se parecem, se vestem da mesma forma. É o jovem globalizado.

Os hippies da década de 60 adotaram um estilo ligado à natureza. Era a libertação do corpo e da mente. A mensagem *sexo, drogas e rock'n roll* era transmitida pela imagem despojada: cabelos longos e despenteados, saias compridas e rodadas, a vida em comunidade no meio da natureza. Já nos anos 70, a moda *punk* surgida nos subúrbios de Londres usava cabelos arrepiados e tingidos, amuletos, anéis, roupas escuras e rasga-

das, maquiagens extravagantes. Sua aparência transmitia uma total inversão dos valores instituídos pela sociedade: o feio toma o lugar do belo, o mal supera o bem, o "bom gosto" é por eles rejeitado. Enfim, eles se comunicavam através de sua estética.

Hoje em dia os jovens do mundo inteiro se parecem, se vestem da mesma forma. É o jovem globalizado. A globalização econômica trouxe também a globalização cultural. A cultura massificante varreu os valores ideológicos. Tudo é capitalismo. Sabemos o que vai ser moda antes mesmo dela chegar. E não há inovação. Há reciclagem. Tudo que foi usado nas décadas anteriores com algum significado e passando alguma mensagem, é adaptado para os dias de hoje sem trazer significado algum. Cada hora um estilo já conhecido ressurgem em novos tecidos.

O consumo é o ideal de vida do mundo pós-moderno. O sistema econômico em que a sociedade se apoia fabricou um jovem vazio de esperanças. Não se ouve falar em cidadãos, mas em consumidores.

Sem ideais, o jovem pós-moderno é cada vez mais individualista e acomodado. A visão social deu lugar à visão individual. Preocupam-se com tudo que é relacionado ao seu próprio bem estar, seu conforto. Sua estética é relacionada à beleza do corpo.

A necessidade de esculpir cada vez mais o corpo, foi surgindo com a ajuda dos veículos de comunicação. Rapidamente o físico ideal se tornou aquele bem torneado, definido por músculos adquiridos por horas e horas de malhação diária. As academias se multiplicaram nos últimos anos. Os remédios para emagrecer e kits de dietas que prometem perder vários quilos em poucos dias se tornaram um grande negócio. Os produtos *diet* ocupam cada vez mais lugares nas prateleiras dos supermercados.

No mundo pós-moderno é assim: o consumismo tomou conta de tudo. Andamos conforme a moda estabelecida pela sociedade capitalista. Nós não a criamos, não damos a ela a nossa cara. É a sociedade quem decide o que vamos vestir, de acordo com seus interesses. ◀