

Capítulo 4

Conclusão

Diante de tudo que foi levantado muitas questões surgiram e crenças iniciais foram abandonadas. A pesquisa ganhou novos contornos bem diferentes do esperado, contudo, eles são extremamente ricos. Uma riqueza que talvez não elucide todos os pontos, mas é sem dúvida, uma fonte para novos trabalhos.

A primeira questão que me afligiu foi a do surgimento da Cena e as suas supostas bases populares. Na medida em que aconteciam os levantamentos e as análises dos dados coletados, e que as leituras sobre o tema tribos, movimentos culturais e juventude esclareciam conceitos, percebi o quanto a afirmação de que a Cena Mangue era oriunda de raízes populares poderia estar equivocada.

O movimento Mangue não poderia sair de bases tão populares, visto que trazia uma grande carga intelectual. Pois a intelectualidade, mesmo quando pertence sócio-economicamente às classes menos favorecidas, tem acesso ao repertório cultural das elites. Quando transpomos este conceito de “elite” para Pernambuco podemos dividi-la em dois segmentos principais: a elite herdeira de posses e a elite fruto de uma classe média favorecida apenas pelo acesso à informação. Esta segunda é a base da Cena Mangue. Não são rapazes ricos, abonados, despreocupados com o futuro, e muito menos, pessoas que viviam da lama dos manguezais. Porém, eles possuem um diferencial do restante da população e que foi fundamental para que conseguissem exercer o papel de “pensadores”, ou melhor, de produtores de pensamentos, ideologias.

É claro que se compararmos a cidade do Recife às sociedades mais equilibradas na distribuição da riqueza (como por exemplo, comparar Recife à cidades européias) estes jovens do Mangue seriam classificados como desfavorecidos socialmente. Contudo, é preciso lembrar que no Brasil, e principalmente no Nordeste, o simples acesso ao ensino superior é, praticamente, um sinônimo de riqueza. Ou seja, ter acesso à educação é fator determinante de classes no Nordeste brasileiro.

Outra questão é a da originalidade absoluta, a singularidade atribuída ao movimento. O Manguebeat não foi a única proposta de trabalho que fazia uso da regionalidade e, simultaneamente, da internacionalização na história da cultura brasileira. Seus conceitos de valorização do popular em comunicação constante com os acontecimentos contemporâneos de diversas naturezas podem também ser observados em outros movimentos da cultura nacional. Na própria cidade de Recife o Movimento Regionalista já

procurava esse caminho, assim como o Armorial. É certo que cada uma dessas expressões buscou uma linguagem diferente e traçou objetivos (quando havia) distintos, além de estarem inseridas em contextos socioculturais próprios de suas épocas. Mas o que pretendo apontar é que este pensamento não é de todo novo, e que o resultado do Manguê como manifestação cultural é, na verdade, decorrência de todas estas outras manifestações. Pois estas manifestações anteriores fazem parte do repertório apreendido pelos rapazes do Manguê, e elas acabam se tornando referenciais, direta ou indiretamente, mesmo que seja para contestá-las.

Outro ponto importante que nos mostra esta ligação intrínseca do Manguê com o passado cultural nacional, e mais ainda, regional, é a sua configuração como movimento. A necessidade de um manifesto, mesmo que seja para fins de divulgação, é um sinal claro desta configuração. O manifesto foi responsável por declarar ao mundo que em Recife “algo acontecia”. Os participantes da Cena entrevistados declararam que nunca houve o objetivo de tornar o Manguê um movimento, mas que esta foi uma nomeação dada pela mídia. Porém o que temos ao descrever e decompor a Cena, são elementos que a caracterizam como um movimento (o manifesto, a cooperativa, a preocupação em formar códigos estéticos, as atitudes de engajamento em prol de algum objetivo comum ao grupo, a criação de uma nova classe no campo cultural). Sendo desprezioso ou não, o que importa é sabermos que de fato o Manguê foi um movimento, e como tal (ainda estabelecendo comparativos com outros movimentos culturais) se diluiu na cultura pernambucana. Hoje, 12 anos após o lançamento nacional do Manguê, ainda é dificultoso dizer o que é e o que não é fruto direto ou indireto da Cena. Ainda existe nas discussões da sociedade recifense, o calor da passionalidade que tende a ver os fatos de forma parcial, movendo os indivíduos pelos sentimentos de amor e de repulsa à Cena Manguê. Ou seja, atualmente, para os próprios participantes do movimento é difícil perceber e descrever o que foi e o que é o movimento. Todos se referem ao Manguê de forma abstrata e isso se reflete na moda gerada pela Cena, que acaba por ganhar contornos ambíguos, fluídos, dificultando as delimitações.

Não que a pesquisa tivesse por objetivo chegar a formas precisas do que possa ser ou não a Moda Manguê, ao contrário, este nunca foi um fator de relevância, mas o objetivo era apontar traços desta moda como manifestação fruto do movimento Manguêbeat. Contudo, hoje, acredito que estes contornos que poderiam descrever e apontar melhor o que é e o que foi a Cena Manguê, e a Moda Manguê, na verdade, são desnecessários ao seu entendimento e poderiam, até, levar à conclusões reducionistas. De fato foi um movimento cultural que deixou marcas em diversas outras

expressões além da música e não foi apenas uma Cena fluída e passageira.

Diante desta afirmação, que é resultado das considerações e das análises feitas para a construção do primeiro capítulo desta dissertação, a pesquisa se encontrou diante de outra questão: Como este movimento de música se relacionou com a Moda? E, se ele é um movimento musical, como outros movimentos musicais se relacionam com a moda?

Apesar do número reduzido de criadores participantes da Moda Mangue a pesquisa verificou que o seu impacto sobre os indivíduos (da Cena e de fora da Cena) foi significativo, então, entender como estes movimentos se formavam e agiam na Moda era fundamental. Através de um levantamento bibliográfico e iconográfico foi possível identificar que todos os movimentos musicais, da década de 50 aos dias atuais, têm como base de diferenciação a linguagem estético/formal. Esta linguagem é traduzida não apenas nas construções das melodias, nos ritmos, na imitação de voz e na interpretação, mas também em uma vontade de ruptura com o código estético vigente. Como consequência desta busca pela ruptura por meio da estética, os músicos optam, também, pela diferenciação na indumentária, como forma de comunicar ao outro o seu trabalho e as suas bases ideológicas. Esta diferenciação pela indumentária foi vista como um elemento comum à todos os movimentos, tanto culturais como musicais, ou seja, a indumentária é usada como uma das ferramentas de distinção ideológica.

Contudo esta busca pelo novo, pela ruptura, na verdade, não gera um “novo” e sim uma síntese da carga de valores, vivências e ideais apreendidos pelos indivíduos envolvidos no movimento. Esta síntese é, muito provavelmente, um resumo do embate entre as regras vigentes (sociais ou musicais) e as eternas utopias, já vistas e revisitadas em movimentos anteriores. Assim o reflexo estético, na moda, deste conflito é o "re-arranjo" no uso de elementos vestimentários já estabelecidos pela sociedade. Podemos citar como exemplo a indumentária *Rock* em seu início na década de 50. Apesar do impacto que causavam as suas danças, as roupas do *Rock*, na verdade, eram as mesmas usadas por todos naquela época. As calças *jeans* já existiam, apenas tiveram seu uso reposicionado, do campo para os eventos da cidade. A mudança que acontece na peça de *jeans* não está na sua forma (inicialmente), mas nas associações conceituais que passam a ser feitas, conferindo à esta peça adjetivos ligados a comportamentos, como por exemplo, o de peça “rebelde” por ter se tornado símbolo da rebeldia. Assim, a peça passa a carregar quem a veste com os mesmos adjetivos (o rapaz está de *jeans* na década de 50, logo o rapaz

é rebelde). O que realmente difere, não são as peças, mas sim a carga ideológica que é conferida a estas peças.

O fato de o Manguebeat ter usado o tecido de chita no figurino dos músicos não trouxe à moda uma inovação quanto à sua construção têxtil ou mesmo quanto ao seu uso. Mas, o uso deste tecido como objeto de valorização dos ideais Mangue, conferiu ao mesmo um valor, uma carga ideológica, que o coloca em um novo plano de relações. E é esse novo plano de relações entre o indivíduo e o objeto (carregado de ideais) que, acredito, colabora na construção de um imaginário e, por fim, nas noções de identidade na Cena Mangue. E estas noções sobre a construção da identidade do sujeito pernambucano, se ancoram, conseqüentemente, em uma série de discursos relativos ao “resgate de uma cultura”.

Quando pensava em identidade não conseguia formar um conceito para que fosse apresentado nesta pesquisa. Os teóricos que falam sobre a identidade na modernidade tardia, que é o ponto onde acontece a discussão da pesquisa, se referem à esta como algo partido e compartilhado, e, também comentam sobre um sujeito composto por diversas identidades. Diante desta indefinição, percebi que as ocorrências do termo “identidade” nas fontes pesquisadas eram sempre acompanhadas pela expressão regional ou regionalidade. Concluí, então, que a identidade à qual a pesquisa se refere está diretamente relacionada à questão da regionalidade, o que permitiu uma outra discussão unindo estes dois pontos.

Quando tentei encontrar uma classificação para o fenômeno de Moda ocorrido no estado de Pernambuco, muitas fontes o classificavam como expressão de uma moda regional. Porém, o propósito inicial do Mangue era uma construção que pudesse se relacionar com o global e o regional simultaneamente e que não fosse objeto de “exotismo”. É claro que o que ocorreu em Recife, por uma série de fatos, legitima a nomeação de “regional”. Contudo, me pergunto, após todo o levantamento da pesquisa, o que é “moda regional”? Ou mesmo, “o que é moda com identidade brasileira?”

A identidade brasileira possui diversas facetas, não sendo até hoje, possível definir algo que simbolizasse toda a nação (além, é claro, da bandeira nacional). Dizer que o que identifica uma nação são seus traços étnicos seria, no caso do Brasil, algo quase impossível de se comprovar, visto as misturas que fundam nossas origens. E mesmo que isto fosse possível, como afirmar que estes traços étnicos são únicos quando, na verdade, provém de outras culturas?

A formação de um Estado Nação, e todo seu conjunto simbólico, não é suficiente para definir a identidade de um povo. No caso do Brasil a proclamação da República não foi o bastante para unir em ideais e cultura o país. Na verdade, o

que ocorreu foi uma união temporária das regiões em prol de um interesse comum. Contudo, conflitos políticos continuaram acontecendo, pois não havia um projeto claro de união estatal das regiões¹. Até o movimento de incentivo à imigração, que trouxe italianos, alemães, japoneses e demais povos ao país, teve como um dos seus objetivos interferir na nossa composição étnica. As colônias dos novos imigrantes eram incentivadas a se relacionarem com habitantes locais, a fim de “branquear” o povo brasileiro² (o que não teve muito sucesso), chegando a serem ameaçadas de perseguição durante o Estado Novo.

As tradições compartilhadas podem ser outro quesito na formação da identidade, mas não podemos esquecer que estas mesmas tradições, não possuem uma formação natural, como bem menciona Hobsbawn³. E, estas tradições podem ser diferentes em cada região, como também, podem ser oriundas de outras nações (principalmente quando se refere aos rituais e às técnicas de artesanato).

A cultura, que é outro fator determinante da identidade, buscou em diversos momentos definir (ou até mesmo redefinir) o que seria a identidade brasileira. Podemos citar o Movimento Indianista, a Semana de Arte Moderna de 22, o Movimento Regionalista e outros. Todos estes movimentos, de algum modo, tentaram apontar parâmetros da constituição da nossa identidade a partir da busca de um referencial.

Por fim, as manifestações musicais também deram sua contribuição na composição da identidade nacional, porém, na maioria dos casos de sucesso, elas apenas reforçaram uma visão parcial de um todo muito complexo. Como no caso da Bossa Nova que acabou por exportar a imagem do Brasil segundo uma ótica carioca e Zona Sul (área nobre), ou seja, uma visão parcial, inclusive, sobre o próprio Rio de Janeiro.

Assim, do mesmo modo que Stuart Hall menciona que as identidades no contemporâneo são múltiplas e contraditórias, podemos dizer que a identidade brasileira segue este princípio de multiplicidade. Esta multiplicidade da identidade nacional dificulta qualquer definição que demarque ou limite seu escopo.

Após esta reflexão sobre identidade, passei a buscar fontes sobre o tema regional. Identifiquei, então, que o termo “regional” é entendido na Moda, em geral, como um elemento formador da “identidade” de um determinado produto. Ou seja, se entendermos este produto como algo passível de possuir uma “identidade” a regionalidade será, então, uma característica da identidade deste produto. E essa característica (a regionalidade) torna-se mais requerida e

¹ In: O mistério do Samba (colocar na bibliografia)

² idem

³ Eric Hobsbawn, *A Invenção da Tradição*

entendida como fator de singularidade quando o produto em questão é originário de alguma região de pouca tradição em Moda, como por exemplo: o Nordeste. Contudo esta visão me pareceu limitada sobre a questão da regionalidade, principalmente quando ela passa pela noção de folclore, limitando sua abrangência e, também, quando se torna requisito obrigatório para o reconhecimento de uma “identidade” no produto. Como se o produto que não carrega traços regionais fosse desprovido de “identidade”.

Resolvi então recorrer ao dicionário para entender melhor o significado de regional. Segundo o dicionário Aurélio⁴, a primeira definição de regional é: “relativo a, ou próprio de uma região; local”, e não menciona, especificamente, sobre o folclore, este só é mencionado quando se refere a conjunto musical. A partir desta informação, comecei a investigar em qual momento o tema regionalidade passou a ser questão *si ne qua non* para se obter identidade na moda, principalmente na brasileira.

Diversos trabalhos acadêmicos⁵ apontam que a moda no Brasil começou através da cópia do que era oferecido como Moda na Europa e depois nos EUA, determinando padrões de beleza e comportamento para o resto do mundo ocidental. Porém, só com as primeiras exportações do *prêt-à-porter* nacional que a Moda brasileira passa a se preocupar em conferir uma identidade ao produto de Moda gerando as primeiras discussões sobre o tema. Duas pessoas importantes neste debate são: o estilista Denner e a estilista Zuzu Angel.

Denner foi o primeiro a se auto-declarar como o pioneiro em criar “moda brasileira”, alegando que seus modelos eram desenvolvidos de forma livre, autoral, sem vínculo ou dependência dos ditames internacionais. Já Zuzu, se apropriou de paisagens, cores e outros elementos considerados determinantes de nossa cultura para compor suas criações. Logo depois, Zuzu tornou-se um símbolo de resistência na Moda quando passou a utilizar como tema as questões políticas da época. A estilista teve um filho morto pela ditadura e desde então, passou a usar figuras de armas, tanques e anjos como forma de protesto.

A discussão sobre a identidade regional na Moda ganha força no final da década de 60 com o movimento Tropicalista. A Rhodia, empresa do setor químico/têxtil, como mencionado anteriormente, monta uma estratégia de ampliação de mercado e divulgação da nova fábrica na América do Sul, tendo como elemento chave a Tropicália. Em paralelo, a Rhodia já investia em eventos e desfiles de moda que enfatizavam a brasilidade e tinha por procedimento

⁴ HOLANDA, A.B., *Novo dicionário da Língua Portuguesa*

⁵ Como no trabalho de Seixas, C.A de. *A questão da cópia e da interpretação da produção de moda da Casa Canadá, no Rio de Janeiro da década de 50*, 2002.

convidar diversos artistas plásticos e criadores para construir os *looks* das coleções que eram desenvolvidas. A Rhodia aproveitou o momento de ampliação da sua capacidade produtiva (ocasionado pela fábrica recém inaugurada) e levou os desfiles para outros países, e, usou como parte do material de divulgação o termo "moda brasileira".

É claro que esta construção de um conceito de Moda Brasil estava atrelada aos interesses empresariais da Rhodia e não, especificamente, com o interesse de alavancar uma produção de moda autoral no Brasil. Contudo, esta iniciativa foi válida por trazer à luz das discussões e aos eventos, como FENIT, a viabilidade comercial deste conceito de Moda Brasileira.

O Brasil é um país com uma história recente na Moda, podemos supor então, que estas apresentações da Rhodia devem ter impressionado, primeiramente, pelo fator exotismo, aguçando a curiosidade dos espectadores. Esta "brasilidade", conferida aos desfiles, na verdade funcionou como um elemento de diferenciação no mercado externo.

Na década de 80 estas iniciativas começam a serem abandonadas e o setor de moda no Brasil passou por um período de ostracismo sem altos investimentos, e os grandes eventos e desfiles praticamente desaparecem. Com isso, a discussão sobre "brasilidade" será retomada na Moda nos anos 90, coincidentemente na mesma década de auge do Mangue. Os anos 90 foram anos de grandes iniciativas no setor têxtil e de amadurecimento profissional nos centros de moda do país, como Rio de Janeiro e São Paulo. Esses fatores fizeram com que as semanas de moda nacionais voltassem com força, ganhando divulgação no exterior e aumentando a participação da indústria têxtil nas exportações. Este crescimento da Moda, como um segmento da economia, ajudou a ampliar a compreensão do papel e da importância da Moda na produção de artigos voltados para a indumentária. A Moda deixou, então, de ser vista como manifestação isolada (como a Alta Costura, por exemplo) e passou a ser entendida como ferramenta de valorização do produto. Assim criadores se tornaram fundamentais na aproximação do universo criativo (cores, formas e gostos) ao técnico. Em decorrência, faculdades de Moda surgiram em todo o país.

Estes fatos colaboraram, também, para o crescimento da moda no estado de Pernambuco e principalmente para a valorização da Moda Mangue. Pois, com este amadurecimento, dois fatores se tornaram fundamentais:

- A busca pelo novo (Como Eduardo Ferreira que foi descoberto pela mídia no ano de 1995, após desfile no *Phytoervas Fashion*, semana de moda que privilegiava novos talentos), e;

- A busca pela identidade na moda (novamente vista como fator de diferenciação no mercado externo).

Na tentativa de imprimir as tais características de “brasilidade” ao produto nacional aumentando as exportações e também as vendas inter-regionais (entre as regiões do país), diversos programas foram criados com a finalidade de incentivar a formação de pólos de moda. Porém, na moda pouco se discutiu sobre os requisitos e implicações desta uniformização do compostos de Moda. Talvez, na tentativa de se chegar a uma fórmula que facilitasse a compreensão do termo “identidade” e pudesse ser apresentada à várias empresas em um mesmo período, o Governo Federal chegou a montar uma cartilha que tentava explicar o que era essa “cara brasileira”⁶.

Visando estabelecer diferenças entre os produtos produzidos em todo o país, o discurso institucional passou a incentivar o uso de temas regionais (principalmente os que estão ligados ao folclore) como inspiração conceitual nas criações. Para a pesquisa, ficou claro que é a partir deste ponto que estes termos parecem se sedimentar (folclore=regional/identidade).

Assim, entendo que a regionalidade na moda é vista como algo que identifica, que aponta as origens de determinado produto. Essa identificação é, muitas vezes confundida com a singularidade ou (como diz o marketing moderno) com a personalidade do produto, ou marca.

Porém, esse entendimento sobre o que é regional acaba por limitar as possibilidades de criação, restringindo-a à temas preestabelecidos. Acredito que o uso de referências regionais em objetos passa pela vivência do criador e pelo seu entendimento sobre aquele universo, é fruto da experiência pessoal. Ou seja, cada indivíduo determina o que é próprio de sua formação. Assim, o termo regional na moda apreenderia questões pessoais, em um exercício onde poderíamos observar uma mesma região sob diversos olhares.

O bar da esquina, o cinema da infância, o teatro do colégio, todos podem ser elementos tão característicos de uma região para determinado grupo de indivíduos, quanto às manifestações folclóricas. Com esse novo entendimento sobre o termo “regional” e, conjuntamente, com o incentivo à prática do Design como método de trabalho, talvez possam surgir produções autorais e impregnadas de “identidade”. Porém, esta identidade não estaria ligada ao ato de identificar origens, etnias ou culturas, mas sim, de identificar no sentido de pontuar o estilo de determinado criador (como acontece com os artistas e designers, que refletem em seus produtos

⁶ Referência ao Programa Brasileiro de Design (do Ministério da Indústria e Comércio), que lançou o livro em parceria como SEBRAE, Cara Brasileira. Este mesmo Programa viabiliza diversos projetos nacionais de consultoria e treinamento em várias áreas do Design.

suas vivências e a forma como se relacionam e entendem o mundo).

“[...]mostrava a beleza de objetos prosaicos de nosso cotidiano, aqueles que nunca consideramos belos.”

Hermano Vianna, sobre a exposição de fotografias de Thomas Farkas, no catálogo “Sem Vergonha”.

Talvez este seja um caminho para se fugir do estereótipo, no qual acabamos por cair, cada vez que tentamos padronizar as “identidades” brasileiras. Com o exercício crítico e constante do Design de Moda, talvez possamos permitir essa independência das “fórmulas mágicas” de criação, e também, retrabalhar os ícones, fragmentar o que consideramos já conhecido partindo para novos referenciais, dando novas formas à antigos conceitos.

Ao estudar o Movimento Mangubeat e suas propostas para o campo da Moda, observei as diferentes posturas dos que dela participaram. Com isso concluí que a Cena Mangu foi uma tentativa de estabelecer esta liberdade e diversidade na Moda pernambucana que, por uma série de razões listadas anteriormente, não se concretizaram. Provavelmente, esta diversidade deva ser uma utopia, assim como, a proposta de rever o significado para a Moda do termo regional. Pois a Moda brinca de recortar e colar, compor *looks* a partir de pedaços do passado e do futuro, realizando associações das mais distintas. O que já poderia ser chamado de diversidade. Então como pensar em regras de Identidade oferecidas em cartilha, a fim de atender interesses econômicos? Não há, nesta questão, romantismo, pois a pesquisa está ciente de que a Moda é um instrumento capitalista. Mas quiçá, possamos atingir os mesmos objetivos econômicos por outros caminhos. Caminhos esses que, talvez, possam permitir produções de Moda fora dos grandes centros do país (contemplando desde a criação, passando pelo processo produtivo até a venda) como também possibilitem incentivos à inclusão social e proteção ambiental.

E tudo isso a partir do respeito às características produtivas de cada região, gerando produtos impregnados de individualidade, que por si só será suficiente para carregar o objeto de identidade. E assim, com o exercício do Design, venhamos a reconhecer o que é próprio da nossa cultura, independentemente da região.