



Imprimido em 10-12-2014 18:39:23
Jornal o interior
Versão original em:<http://www.ointerior.pt/index.asp?idEdicao=494&id=23372&idSeccao=5854&Action=noticia>

SECÇÃO: [Opinião](#)

Identidade. Vende-se barato(a)!

Basta agarrar num carro e dar uma volta pela cidade, comprar um jornal ou navegar durante poucos minutos na Internet, para encontrar inúmeros lojas, anúncios e sites de venda de móveis e acessórios de decoração em segunda-mão.

Anúncios como:

“Vende-se móvel em bom estado. Barato!”

“Renda tradicional executada à mão. Aceitam-se licitações!” ou

“Estante para livro com secretária de abrir. Estilo antigo”

Entrar numa loja de móveis e artigos de decoração em segunda mão ou numa feira das ditas “antiguidades” é entrar num mundo de uma identidade quase perdida. É perceber por entre um odor a mofo, quantas mãos abriram já aquela gaveta, quantas gerações já reflectiram sentados naquele “maple”, quantos acontecimentos já tiveram lugar naquela mesa, com aquela renda de mil novecentos e troca o passo ou aquele fantástico acontecimento que ficará para sempre associado à presença do “biblô”, hoje globalmente designado de horrível ou “puro mau gosto”.

Como é possível entender - e digo desde já que eu não entendo - que uma pessoa queira ter o mesmo que o vizinho do lado ou que os cem vizinhos da mesma cidade ou milhões de vizinhos do mundo inteiro e não queira ou dê pouca importância ao que é único, ao que herdou com a sua longa história e que continua em bom estado.

Comentei este assunto com algumas pessoas. Fiquei surpresa pela unanimidade na atitude. Agem desta forma porque “eram objectos horríveis”, “não tinham arrumação”, “só de pensar em gastar tempo em recuperar prefiro comprar novo e deitar fora o velho” ou “estava totalmente fora de moda”. Ora, para mim “moda” não significa nem nunca significou deitar fora o velho e comprar novo. “Moda” pode significar reciclar um móvel segundo o que gostamos e em apenas algumas horas dar-lhe o carácter contemporâneo que para nós é a “última tendência” e para outros pode ser “Fashion”, “Vintage”, “Retro” , “Kitsch” , “High Art”, “Happy Few”, “Arte de massas” , “Pechisbeque” ou de total “Mau Gosto”.

Moda é uma arte que estabelece uma ponte entre a beleza e a vida. Esta usa-se, leva-se para a rua, consome-se. É uma arte a que todos têm acesso. É fundamentalmente uma arte humana, feita por e para o homem e não é nem nunca pretendeu ser uma fórmula elitista ou por outro lado padronizar uma única forma de estar, de viver e de ser, sem respeito por tradições, por culturas ou pela nossa e intransmissível identidade pessoal. (*)

De várias situações, houve uma que me decepcionou profundamente, quando neste último natal verifiquei que a árvore de natal tradicional (já em vaso para a ocasião) com os seus enfeites angariados e criados durante anos fora substituída pela árvore plástica branca com os seus enfeites tipo. Quando procurei pelo presépio e os enfeites antigos estes tinham ficado entre as muitas tralhas que com a dita limpeza de fundo tinham ido para o lixo. Mais chocada ainda fiquei quando comentei tal acontecimento e houve quem dissesse que todos os anos comprava uma árvore ou enfeites novos, dado que ser “fashion” a isso obriga.

Histórias como esta demonstram que cada vez mais já não consumimos de maneira consciente mas sim são esses produtos que nos consomem. Já não consumimos a cultura de massas mas sim somos consumidos por essa cultura subserviente e neoliberal como uma espécie de toxicodependência maliciosamente designada por “Fashion”, “Vintage”, “Retro” , “Kitsch” , “High art”, “Happy few”, “Arte de massas” ou “pechisbeque”.

Como é que nos podemos reduzir a meros números de lucro, isto é, a clientes, e deixarmos de ser indivíduos?

Como é que é possível deitarmos para o lixo as ditas rendas, móveis e “biblôs”, enquanto alguns artistas plásticos são reconhecidos internacionalmente por mostrarem o que de mais verdadeiro e popular nós temos, transformando o nosso “lixo” em arte?

(*) Segundo a opinião de Jacinto Lageira e do filósofo Manuel Fontán de Junco.

Por: Carla Madeira

© 2009 [Jornal o interior](#) - Produzido por [ardina.com](#), um produto da [Dom Digital](#).
Comentários sobre o site: webmaster@domdigital.pt.

[Fechar](#)