

DO PNEU QUE NÃO RODA MAIS À UMA MULHER VESTIDA PARA RODAR.

Marina Caldas Teixeira¹

Resumo: Pesquisa realizada em favor do reaproveitamento de câmaras de ar e pneus inservíveis na criação de fatos femininos comprometidos com um design de moda sustentável e com a produção de modos de ser implicados subjetivamente com os problemas de nossa época.

Palavras-chaves: design, pneu, rodar.

Abstract: Recherche réalisée dans faveur de la réutilisation de chambres d'air et pneus inservíveis dans la création de costumes féminins compromis avec un design de mode soutenable et avec la production de manières d'être impliquées subjectivement avec les problèmes de notre temps

Keys words: design, pneu, tourner

A moda está intimamente ligada a idéia de consumo absurdo, do efêmero e das frivolidades. Assim pensam os que, muito apressadamente, julgam a moda. Ir além desse pré-conceito é compreender as razões que incitam homens e mulheres a seguir a moda.

Por trás do entusiasmo generalizado pela moda, encontra-se uma forma muito especial de construirmos nossa pessoa. No mundo contemporâneo, mundo evadido da tradição e das referências ideológicas, mundo desabitado de qualquer utopia coletiva, resta, a cada um, a tarefa solitária de se fabricar e encontrar para si um lugar. Diante desse desencantamento generalizado, a moda se oferece como um campo ilimitado de invenções subjetivas, formas particulares, às vezes poéticas de tratar o mal estar na civilização contemporânea.

Sobre o universo da moda projetamos nossas fantasias e frustrações; apostamos na moda como um campo de realizações subjetivas, pois a moda serve, para nós, como um alfabeto através do qual podemos escrever nossas próprias histórias. A moda viabiliza, ao mesmo tempo, as possibilidades de construção das identidades e de construção das relações com o outro, pois permite que os indivíduos transformem sua aparência em uma narrativa: escolher para si um estilo, exibir marcas; narrar histórias para si e para os outros. Através da moda, estamos preenchendo o vazio deixado pela derrocada dos ideais coletivos com historias laicas, estilos e marcas singulares que anunciam nossa passagem pela vida. Por trás do entusiasmo generalizado pela moda, encontra-se, assim, uma forma muito especial pela qual cada um inventa suas soluções e saídas existências.

¹ Mestre em Psicologia pela UFMG, Psicóloga do Hospital das Clínicas de Belo Horizonte, Psicanalista Praticante, membro correspondente da Escola Brasileira de Psicanálise (EBP-MG), Professora de Psicologia do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH), Professora de Psicologia Aplicada ao Design de Moda (Uni-BH).

Se a moda pode ser esse campo de soluções existenciais, um campo de produção da subjetividade é porque a moda está muito perto do corpo. A moda nos faz crer na realidade do corpo, na medida em que produz interferências sobre o corpo. Conforme as exigências da moda o corpo é privilegiado, torturado, modificado, escondido, exibido, revelado, manipulado, fabricado, inventado e reinventado, mas em última instância, o corpo está tramado por essas interferências. Assim como um vestido é feito de peças soltas e pedaços, um corpo é experimentado sob o vestido. A moda veste um corpo e, assim, tece a consistência do corpo como realidade subjetiva. A moda tece o corpo a flor da pele e vela a dimensão mais real do corpo, a saber, que o corpo é um Outro para cada um. Não somos um corpo, temos um corpo, mas a moda enquanto procedimento sistemático de vestir o corpo, torna-se um campo privilegiado de tratamento desse real do corpo na medida em que sustenta, no mundo, uma trama de significações simbólicas e imaginárias que amarram o real do corpo a uma dimensão de sintoma.

Por outro lado, a moda também pode ser um discurso que enquadra os problemas do laço social. No mundo contemporâneo, a moda tem se revelado um discurso não segregativo - talvez o único - pois qualquer forma de ser, qualquer estilo pode se inscrever como moda. A moda é um território inclusivo por excelência. Atualmente, todos os modos fazem moda. A moda tem viabilizado modos de existência. Do ponto de vista do senso comum acredita-se que a moda só faz vítimas, no entanto, por seu aspecto ilimitado e irrestrito, por seu apetite voraz em nome do encontro com um novo design, a moda nos oferece ironicamente um suplemento de liberdade. Nunca as pessoas tiveram tanta liberdade de colocar a própria marca na montagem de uma roupa, na escrita de um *design* e, por extensão, de grafar a própria marca na configuração do personagem que se quer ser.

Se por um lado a paixão pelo novo - de onde nasce a moda - promoveu o declínio da tradição e dos idéias e fez subir ao zênite de nossa época o individualismo de massa e a desordem generalizada nos laços sociais pela invasão do mundo privado da fantasia e do gozo de cada um no espaço público, por outro lado, o gozo - especialmente o de estar na moda pelo consumo do novo -, longe de ser uma ameaça para o laço social, é o laço social que resta e não haverá outros. Estar na moda resta como a boa forma de ser, uma vez que a civilização do suposto hedonismo conformista de massa conduziu às formas de ser pela adição (toxicomanias), a sociedade da vigilância generalizada e da glorificação narcisista conduziu às formas de ser pelo exibicionismo temporário (ser visto em seus quinze minutos de celebridade), e a sociedade dos aparelhos de acumulação (iPods) mobilizou à compulsão ao trabalho até o limite de uma ordem mortal (*workaholic*, o viciado em trabalho, o viciado em *blackberry* que no final se mata).

A moda mobiliza essa outra forma de ser que mantém o sujeito ligado ao corpo e conectado ao Outro, e, por isso mesmo, o gozo de estar na moda resta compelindo à boa forma de ser e de restaurar o laço social. Estar na moda é, em nossa modernidade irônica, mais do que adotar as

últimas tendências ou vestir peças da estação. Talvez a tendência da última estação seja tão somente apenas o *let motiv*, a plataforma de uma gramática onde ainda é possível a produção de subjetividades. Estar na moda é desenhar o futuro explorando campos definitivamente novos de criação no domínio das aparências e do comportamento da moda. Estar na moda é estar inspirado por criações que pedem para ser habitadas, que desafiam o autismo do gozo da comunicação de moda (de massa) e estabelecem conversação com os usuários. Estar na moda é revolucionar de maneira mais durável a aparência dos homens e das mulheres exprimindo suas incertezas, suas angustias, suas contradições, assim como as paixões e as patologias da época. Estar na moda é assim, conferir identidade e contornos para a angustia de existir através de adesão de cada um a um design que precipita o sujeito numa relação viva com seu tempo, com o corpo e com o laço social.

Em nome do esforço de criar esse tipo de design, de fazer moda comprometida com a contextualização do mal estar na civilização contemporânea, desenvolvi com os alunos do primeiro período do curso tecnológico de Design de Moda do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH), um trabalho de pesquisa e criação no contexto da articulação entre ecodesign e produção de subjetividades. Elegemos trabalhar com borracha de pneu usada em função do impacto ambiental causado por esse tipo de resto das atividades humanas do nosso tempo. Apostando que novos designers promovem novos modos de ser, investigou-se as possibilidades de reaproveitamento de câmaras de ar e pneus inservíveis na moda feminina.

A borracha vulcanizada queimada a céu aberto contamina o meio ambiente. Pneus abandonados tornam-se um problema de saúde pública acumulando água das chuvas e formando ambientes propícios à disseminação de doenças. Deter o avanço desse lixo implica reciclar. A trituração dos pneus para uso na regeneração da borracha mediante a adição de produtos químicos desvulcanizantes é um dos principais mercados para reciclagem desse material que os reutiliza em muros de arrimo, drenagem de gases em aterros sanitários, composição de pisos industriais e asfalto. Ainda assim, a reciclagem dos pneus inservíveis permanece sendo um desafio em função da acumulação crescente desse tipo de lixo. Num esforço de poesia, o design de moda produziu uma interferência sobre pneus e câmaras de ar inservíveis e propôs vestir uma mulher que está pronta para rodar sustentando roupas e acessórios que, além de exaltar uma feminilidade contemporânea, declaram o compromisso do design de moda com a sustentabilidade ecológica.

Para materializar esse esforço de criação poética, seguimos a lição do revolucionário Yohji Yamamoto que ensinou a começar pela textura e depois dar o passo à forma - “*Começo pelo tecido, por tocá-lo. Depois passo à forma*” (BAUDOT, 2000)². Experimentamos a natureza do material, sua textura, sua natureza, sua resistência e sua elasticidade própria. Interrogamos sua cor, suas nuances, seu modo particular de refletir luz e sombra. Formas e formas foram inventadas, novos

²

BAUDOT, François Yohji Yamamoto Coleção Universo da Moda. São Paulo: Cosac Naify, 2000, pp.13.

usos e novas possibilidades para pneus e câmaras de ar inservíveis foram propostas. Foi feito um esforço de poesia em cima do preto fosco, da borracha velha, dos furos e rasgos das câmaras de ar, até transformar essa matéria que não serve mais e estorva o ambiente, em um estilo para rodar. Dizem que um bom design muda a forma das mulheres se vestirem. Com esse esforço de poesia, o design de moda produziu uma interferência direta sobre pneus e câmaras de ar inservíveis, sem qualquer procedimento de reciclagem, e reutilizou essa matéria como um tecido capaz de vestir, com charme, elegância e bom gosto, uma mulher que está pronta para rodar³.

Desde essa pesquisa que articulou ecodesign e subjetividade, esperamos inscrever um campo de investigação e trabalho que possa capitular a possibilidade de ver surgir novos modos e novas modas para uma mulher vestida para rodar... Que mulher seria essa? Uma mulher que se precipita no ato de vestir como Outra, que incorpora o avesso de uma feminilidade aprisionada na fantasia masculina como equivalente de um carro, em cujo ato de vestir ironiza essa lógica dos objetos descartáveis e sustenta, com seu corpo, um chamado em nome da responsabilização de nossa época para com o futuro das próximas gerações.

Bibliografia:

- BAUDOT, François *Yohji Yamamoto* Coleção Universo da Moda. São Paulo: Cosac Naify, 2000.
- ERNER Guillaume *Vítimas da moda? – Como a criamos, porque a seguimos*. São Paulo: Senac, 2005.
- FRAGA, Ronaldo 10 perguntas para Ronaldo Fraga. Entrevista publicada na Revista Encontro, agosto de 2007, pp. 126-127.
- LAURENT, Éric O objeto a pivô da experiência analítica. In *Opção Lacaniana*, Revista Brasileira Internacional de Psicanálise, nº 49. São Paulo: Edições Eolia, agosto 2007, pp.114-119.
- LEMOINE-LUCCIONI, Eugénie *La Robe-Essay psychanalytique sur le vêtement* Paris: Éditions du Seuil, 2003.
- LIPOVETSKY, Gilles *O Império do Efêmero – A moda e seus destinos nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- MESQUITA, Cristiane *Moda Contemporânea - Quatro ou cinco conexões possíveis*. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- TEIXEIRA, Marina Caldas Uma imagem vestida de mulher In *A mudança de sexo em close - Um estudo sobre o fenômeno contemporâneo do transexualismo, a partir da abordagem lacaniana das psicoses*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), 2003.

³

Em anexo, duas criações que são frutos dessa pesquisa, com a designação de seus respectivos designers.

FOTO 1

DESIGNERS: Carla Cordeiro da Silva, Caroline Rodrigues Campos, Eliete Viana Abreu Silveira, Fabiana Yamana Costa, Fernando Elias Rocha, Mara Dalila Ferreira da Silva, Renata Cristina Martins. Alunos do primeiro período do Curso tecnológico de Design de Moda do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH), 1/2007.

FOTO 2

DESIGNERS: Fernanda de Fátima Felix da Silva, Maria Emília Lopes de Mattos, Marryê Cristina de Paula Carmo, Mônica Pereira Trindade, Pollyanna Perreira Bittencourth, Thaís de Fátima Leite da Cruz. Alunos do primeiro período do Curso tecnológico de Design de Moda do Centro Universitário de Belo Horizonte (Uni-BH), 1/2007.