

PENSAMENTO CONTEMPORÂNEO NO MUNDO DA (s) MODA (s) – uma abordagem conceitual

Pasqualino Romano Magnavita¹

O tema moda (ou modas), no sentido de multiplicidades e heterogeneidades de expressões, terá aqui uma abordagem de natureza conceitual, visando o seu relacionamento com uma das vertentes do pensamento Pós-estruturalista:

LÓGICA DA MULTIPLICIDADE, matriz do pensamento de Gilles Deleuze e Félix Guattari, também conhecida como: PENSAMENTO RIZOMÁTICO; ESQUIZOANÁLISE; PRAGMÁTICA, ou MICRO-POLÍTICA.

Começamos distinguindo três diferentes escalas e formas de conhecimentos:

- . UNIVERSO CÓSMICO.
- . MUNDO DA REPRESENTAÇÃO (percepção, macro, também conhecida como percepção molar).
- . UNIVERSO MICRO (molecular).

De regra, é no Mundo da Representação onde a nossa forma corrente de pensar se estabelece, através das “Formas de expressão” (o que se diz) e das “Formas de conteúdo” (o que se vê), ambas caracterizadas por suas exterioridades, “As palavras e as coisas” (Foucault).

Existem, basicamente três formas de pensar e criar: FILOSOFIA; CIÊNCIA e ARTE:

FILOSOFIA – cria Conceitos em seu Plano de Imanência – Vale ressaltar que a filosofia, contrariando o senso comum (doxa) e o senso acadêmico (urdoxa), não contempla, não reflete, não comunica, apenas cria conceitos para essas ações e paixões. Pois, não existem conceitos científicos, os conceitos são filosóficos. Os conceitos são elementos virtuais, incorporais que se atualizam em estados de coisas, corpos e vividos. O par conceitual: VIRTUAL / ATUAL. Relaciona-se com a filosofia na lógica da multiplicidade. Na lógica binária do mundo da representação o par conceitual expressa a relação: REAL / POSSIVEL.

CIÊNCIA – cria Functivos (funções, variáveis, limites, “formações discursivas”, enunciados, lógicas), em seu Plano de Referência. A ciência atualiza conceitos em suas formações discursivas, em seus enunciados, adotando uma lógica e uma forma de pensar, ou seja, uma imagem que o pensamento faz de si para se orientar. No caso da lógica binária do mundo da representação, a imagem é a da “árvore/estrutura”, o modelo de pensar arborescente. No âmbito da lógica da multiplicidade é a imagem do Rizoma que dá o nome ao pensamento rizomático.

ARTE – cria Perceptos (novas percepções) e Afetos em seu Plano de Composição. As Modas pertencem ao universo da percepção e da afetividade, integram a forma de pensar e criar da Arte. A Arte é a única coisa no mundo que se conserva, embora não dure mais que seu suporte e seus materiais. O que se conserva, é um bloco de

¹ Engenheiro Civil, Doutor em Arquitetura e Urbanismo. Professor do Curso de Doutorado do PPG-AU/FAUFBA.

sensações, isto é, um composto de perceptos (novas percepções, criações) e afetos (novas afetividades).

“Os perceptos, não mais são percepções, são independentes do estado daqueles que os experimentam: os afetos não são mais sentimentos ou afecções, transbordam a força daqueles que são atravessados por eles. As sensações, perceptos e afetos, são seres que valem por si mesmos e excedem qualquer vivido (...) A obra de arte é um ser da sensação, e nada mais: ela existe em si” (Deleuze / Guattari).

Essas três formas de pensar e criar se cruzam, se entrelaçam, sem síntese nem identificação. A Filosofia faz surgir acontecimentos com seus conceitos; a Arte ergue monumentos com, suas sensações; a Ciência constrói estados de coisas com suas funções. Um rico tecido de correspondências pode estabelecer-se entre os planos. Nesse sentido, trata-se de um sistema aberto, à guisa de uma rede que abriga multiplicidades de entradas e saídas e de imprevisíveis conexões, portanto, o pensamento constitui uma heterogênese, enquanto coexistência de formas heterogêneas de pensar e criar.

As Modas, historicamente consideradas efêmeras, não receberam o *status* das artes ditas maiores. Todavia elas criaram perceptos e afetos em suas diferentes áreas, e portanto, mesmo efêmeras, elas devem ser reconhecidas, também, como obras de arte, evidentemente, uma diferente arte, porém, Arte. Evitando, assim, o preconceito a que estiveram submetidas na história da arte.

O termo moda como conceito, modo, modalidade, maneira de ser, abrange multiplicidades e heterogeneidades de concepções e práticas artísticas: arquitetura / urbanismo, paisagismo, música, cinema, literatura, teatro, dança, *design*, culinária, entre outras, as quais, por sua vez geram modismos, maneirismos, repetições na diferença. Além de serem consideradas atividades artísticas, as diferentes Modas recebem diferentes conotações, de diferentes pensadores, enquanto: comunicação; linguagem; mercadoria e consumo.

Como afirmamos, anteriormente, o mundo da representação das palavras e das coisas é o mundo fenomenológico, ou seja, da percepção, e tem como pressupostos os seguintes tópicos à guisa de princípios: identidade do conceito; analogia do juízo; oposição dos predicados; semelhança do percebido.

A identidade do conceito, constitui a pedra angular da forma de pensar e vem atravessando séculos, desde da Antiguidade Clássica à Modernidade, e isso, em seus diferentes entendimentos da existência. Constitui, o que na linguagem matemática se traduz na expressão $A = A$, ou seja, A é igual à A, idêntico a A, é o mesmo. Esse entendimento relaciona-se com o pressuposto geralmente aceito pelo senso comum, isso é: a existência da “coisa em si”, algo que permanece, à guisa de uma Essência que não muda.

O pensamento contemporâneo, através de algumas de suas vertentes não aceita esse pressuposto, pois, tal formulação da “coisa em si” não existe. Admite que as coisas resultam de multiplicidades e heterogeneidades de imprevisíveis conexões, descontinuidades, Acontecimentos (criações), transformações, devires - outros.

O termo identidade, vem sendo utilizado com bastante frequência em diferentes abordagens de natureza social, política, científica, filosófica e artística, encontrando abrigo em diferentes “formações discursivas”, particularmente, em formulações relacionadas com as modas. Expressão cultivada e utilizada tanto pelos poderosos

(instituições de poderes e micropoderes e as *mass-mídias*), quanto pelos excluídos (identidade do negro, do índio, etc).

Trata-se de uma expressão conservadora, pois as coisas não permanecem as mesmas, elas mudam, se transformam, se repetem diferenciando-se, podendo essa diferenciação ser de grau, ou então, de natureza e, quando isto ocorre, estamos frente a um acontecimento, um devir - outro, uma criação.

O par conceitual Diferença / Repetição, vem desconstruindo a hegemonia que o par conceitual Unidade / Identidade, usufruiu, historicamente, e ainda usufrui. Nunca se falou tanto em Identidade nos discursos contemporâneos. E isso, sem dúvida, constitui um indicador da crise desse conceito frente às evidências das transformações que vêm ocorrendo, ou seja, o medo da 'perda de identidade', advertência esta, que põe em alerta os defensores do conceito.

No discurso contemporâneo, o conceito 'diferença', enquanto processo, vem assumindo uma posição de destaque. Trata-se de afirmar a diferença na repetição. Repetição do mesmo, que se diferencia e não a identidade (o mesmo) que permanece.

ANALOGIA DO JUÍZO – O emprego de analogias constitui um dos recursos utilizados na forma de pensar visando entender a realidade. A metáfora do organismo, por exemplo, se aplica em diferentes discursos sobre a realidade: a cidade é um organismo; o vestuário é uma segunda pele; a moda “ filha dileta do capitalismo”. As analogias, implicitamente, embutem em suas ilações, conceitos que atendem à imagem que o pensamento faz de si para se orientar, podendo ser uma lógica aderente ao modelo árvore / estrutura ou à lógica da multiplicidade do pensamento rizomático.

OPOSIÇÃO DOS PREDICADOS – A lógica binária em sua expressão mais elaborada, a dialética, uma grande conquista do pensamento, constitui, ainda, a forma dominante de pensar no mundo da representação, caracterizada por oposições conceituais, contradições e negações, como ocorre em diferentes discursos que visam, assim, entender a realidade do “Ser, ou não Ser”, do ‘Bem ou do Mal’, do “Um ou do Zero da Informática”. E isso, no sentido da afirmação ou exclusão, de um conceito ou noção, colocados em oposição, um em relação ao outro.

SEMELHANÇA DO PERCEBIDO – trata-se de estabelecer uma relação de semelhança com coisas que fazem parte da vivência, da experiência de cada indivíduo, particularmente quando surge algo de novo, sem referência. De regra, a imitação, produzir algo semelhante, à guisa de uma cópia, tem sido uma prática corrente, particularmente na produção artística, na qual incluímos as modas.

A fenomenologia moderna, na área da percepção, estabeleceu uma relação genérica: SUJEITO / OBJETO. Foucault, substituiu a fenomenologia pela Epistemologia, pois, para ele, qualquer sujeito socialmente considerado, é portador de Saberes, ou seja, conhecimentos enquanto estratificações históricas de suas experiências de vida.

Posteriormente, em suas pesquisas, vinculou de forma indissociável, a noção de Saber à de Poder (micropoderes) enquanto composições de forças, fluxos, vetores, etc). E mais tarde, ainda, introduziu outra variável, os processos de subjetivação, enquanto construção da subjetividade individual e coletiva.

SABER, PODER E SUBJETIVAÇÃO – enquanto variáveis que permeiam individualidades e coletividades, estabelecem novos parâmetros de entendimento das práticas sociais, de ações, paixões e crenças, pois introduzem uma dimensão política, a qual pressupõe uma “visão de mundo”, portanto, uma Ética.

Os saberes, enquanto áreas de conhecimentos herdados do Estruturalismo – ainda hegemônico como forma de pensar –, o qual promoveu um conjunto de disciplinas, das quais se destacam a Lingüística, a Psicanálise, a Semiótica, a Comunicação, a Antropologia, e nas disciplinas de natureza neo-marxistas (Economia, Sociologia, Política, em que o poder era incorporado como categoria monolítica de análise).

Essas disciplinas contaminaram um conjunto de outras áreas de conhecimentos, inclusive nos discursos das disciplinas artísticas, a exemplo da Moda, então entendida como Linguagem, Comunicação, Comportamento, Mercadoria. Com exceção das disciplinas neo-marxistas, a dimensão política, de regra, não foi devidamente incorporada em seus conteúdos programáticos.

Considerando as grandes transformações científicas e tecnológicas, sociais, econômicas, políticas e culturais, num mundo globalizado do atual estágio do “capitalismo informacional” (Castells) ou do “Capitalismo Mundial Integrado”- CMI (Guattari), justamente no ‘entre’, no meio, dessa realidade é que a produção de modas merece ser analisada.

Contrapondo as “Sociedades Disciplinadas”, estudadas por Foucault, tidas como expressão do capitalismo industrial às sociedades pós-industriais do atual estágio do capitalismo, Deleuze as denomina de “Sociedades de Controle”.

O Panóptico analógico cede lugar ao panóptico digital. Não somos mais indivíduos, porém, senhas, cifras, portadores de uma de uma “coleira eletrônica”. As construções individuais e coletivas da subjetividade, não são mais forjadas, predominantemente, nos espaços confinados da família, da escola, da fábrica, eventualmente do hospital, da prisão, etc, mas, nos espaços abertos da fluidez das mass - mídia que induzem à promoção do Consumo.

O Marketing passou a ser o instrumento de controle social, pois, tal controle é de curto prazo e de rápida rotação, repetindo-se e diferenciando-se, enquanto diferença de grau e não de natureza. Credenciando-se, assim, através de sofisticados instrumentos de sedução e espetacularização dos meios de comunicação e informação e até mesmo utilizando a propaganda enganosa.

Também, não devemos esquecer, do ponto de vista ético que o capitalismo vem mantendo como constante a extrema miséria de três quartos da humanidade, pobre demais para ser endividada e numerosa demais para ser confinada, pois, as Sociedades de Controle terão de enfrentar não somente a dissipação de fronteiras, mas a explosão de guetos e favelas. Se há algumas décadas atrás, Salvador, por exemplo, era considerada “uma grande favela com bolsões de riqueza”, hoje trata-se de uma super-favela com bolsões de riqueza, porém, bolsões muito mais segregados.

A relação Ética / Estética, deve receber uma conotação específica no mundo das Modas. De regra, se confunde a Ética com a Moral. A moral remete à idéia de costumes, comportamentos, leis, normas e práticas sociais de consenso. A ética, corresponde a uma visão de mundo em transformação. A moral é exógena, da ordem do dever, enquanto que a ética é endógena, da ordem do devir - outro, promovendo uma política da inclusão, forjada em positivities.

Em termos conceituais, a palavra-chave Moda, que empresta o nome a este evento, comporta multiplicidades e heterogeneidades de expressões, e portanto, no sentido de Modas, pode assumir uma conotação filosófica enquanto conceito formulado por Foucault: TOTALIDADE SEGMENTÁRIA

Totalidade essa, no sentido da coexistência de multiplicidades e heterogeneidades de elementos que se relacionam, se conectam, se sobrepõem, se contaminam, mantêm entre eles zonas de vizinhança, temporalidades diferentes e são substituídos por outros elementos que emergem. Trata-se, portanto, de uma realidade processual, todavia, sem o pressuposto de uma Unidade ou uma Identidade, pois, os elementos em jogo se repetem na diferença, ou mudam em decorrência de acontecimentos (criações), afirmando, assim, um devir de outra natureza.

Quando o devir de outra natureza emerge, como acontecimento de natureza estética, “figura estética” no sentido de um “bloco de sensações”, cria-se um Estilo, elevando-se, assim, as percepções vividas ao Percepto, de afeções vividas ao Afeto. Os estilos, como dizia Giacometti, grande escultor do Modernismo, “são visões paradas no tempo e no espaço”. São cristalizações perceptivas que se repetem com diferenças de grau, pois eles já diferem por natureza no momento de suas criações.

O mundo das modas acompanha a arte de viver, sendo, talvez, o lugar para melhor provar os prazeres dos sentidos, um jogo de formas comportando funções e técnicas para melhor sensualizar as relações com a existência. Portanto, o lugar para perpétuos lançamentos perceptivos e, justamente por isso, face ao excesso de lançamentos, multiplicidades e heterogeneidades de produtos, o consumidor encontra dificuldades em processá-los, em função da variedade de ofertas, qualidade e preço das mesmas.

Para alguns autores da contemporaneidade (Baudrillard, Jameson, Harvey, Boaventura), as modas reativam desejos por meio de imagens, fato que encontra sedimentação teórica no feiticismo da mercadoria já apontado há um século e meio por Marx. Para esses autores, o marketing, na busca de novidade, afirma uma descartabilidade anunciada, exercendo, assim, sobre o consumidor, uma velada tirania e é considerado, também, um fator de estratificação e segregação social.

Alguns teóricos no mundo das modas, acentuam o que eles denominam “democratização do desejo”, principalmente no setor do vestuário, dos acessórios e dos produtos de beleza, e isso, na exaltação e construção da subjetividade, setores que objetivam propor aos seus consumidores novidades continuamente. Democratização ou armadilhas do consumo? Eis uma questão que merece ser devidamente analisada, pois, essa artificial e acelerada renovação, da qual o consumidor parece dependente, as empresas de modas, multiplicam as liquidações e promoções, as quais funcionam estimulando o desejo de compra, um momento atraente em função da baixa nos preços.

Aumentar o leque de opções, favorecendo a distinção para contrapor à imitação, tem sido incorporado no modo de funcionamento das modas, e isso, no sentido da democratização de desejos. Entretanto, vale salientar que a distinção engendrada pelos grupos sociais ditos superiores na busca de novidades, promove a imitação delas por parte dos grupos sociais menos favorecidos.

Fato esse, vem permitindo que os grupos privilegiados passem a investir em outras novidades, e isso, numa alternância contínua, uma repetição na diferença, no sentido

de lutas simbólicas. Lutas que representam a apropriação de signos distintivos, os quais, ironicamente, chegam a ser banalizados pelas imitações grosseiras da comercialização pirata dos produtos de modas – fenômeno esse, tão presente em espaços urbanos do mercado informal.

Muitas outras questões relacionadas com o mundo das modas poderiam ser aqui levantadas, a exemplo da relação das modas com a história, mercado, consumo, indústria editorial, comunicação, tecnologia, criatividade e, particularmente o que pensam as instituições de ensino em modas. Tratando-se deste Colóquio, um evento promovido por uma instituição de ensino relacionada com o mundo das modas, algumas considerações se tornam oportunas:

A Lógica da Multiplicidade em seu repertório conceitual utiliza a expressão “máquinas abstratas”, que nada tem a ver com as idéias platônicas, transcendentais e universais. As máquinas abstratas, operam em agenciamentos concretos e se caracterizam pelos processos de decodificação e de desterritorialização de estratos sedimentados que constituem territórios de saberes / poderes.

No caso de agenciamentos de ensino, saberes entendidos como estratificações históricas, a grade curricular de um curso pode ser comparada à uma máquina abstrata de ensino em que as disciplinas constituem elementos maquinicos dessa mesma máquina. Nessa forma de pensar, as máquinas abstratas ignoram as formas e substâncias e por isso são abstratas e excedem toda mecânica. As máquinas abstratas consistem em matérias não formadas e funções não formais, elas são singulares, promovem a dessemelhança, são performáticas, criativas.

Em contrapartida, existem as máquinas abstratas que partem de estratificações (saberes) não decodificados e desterritorializados e, se no caso, a forma de pensar for binária, elas passarão a ser denominadas “Máquinas Abstratas Axiomáticas Binárias”. De regra, é o caso das instituições de ensino enquanto “dispositivos de poderes/saberes”, de micropoderes no sentido foucaultiano.

A criação de uma área de conhecimento, e dos respectivos cursos que a integram, reunindo um conjunto de disciplinas, resulta da codificação e da sistematização de saberes estabelecidos. Contribuem para essa tarefa especialistas da área, instituições profissionais, grupos interessados da sociedade civil e funcionários de instituições governamentais (no caso do Brasil, CAPES e CNPq), entre outros participantes.

Posteriormente, essa codificação de saberes passa a ser sobrecodificada pelo Aparelho de Estado, que, através de decreto de lei, legitima o ensino da área de conhecimento alvo dessa tramitação, criando-se e oficializando, assim, cursos em diferentes níveis, na área de conhecimento então proposta.

Como docentes e discentes, em nossas práticas de ensino ou de aprendizagem, de regra, não associamos os saberes / poderes que possuímos e reproduzimos ou que os discentes recebem em sala de aula ou em práticas de laboratório, ateliê, projetos de extensão, às relações de poderes, de micro poderes que exercemos. Nos concentramos nos saberes, sem todavia, questionar os fluxos de poder que os enunciados de forma invisível transmitem, pois o poder não vê e não fala, mas faz ver e falar.

De regra, as disciplinas ministradas partem em seus conteúdos programáticos de pressupostos, muitas vezes não demonstráveis à guisa de axiomas e que recebem reforços tanto das metodologias adotadas quanto das referências bibliográficas.

Só para exemplificar, um dos axiomas fundamentais que permeia todas as atividades de ensino e é considerada a pedra angular do sistema capitalismo, diz respeito ao conceito de “propriedade privada”. Embora questionado historicamente por grandes convulsões na área social, econômica e política, trata-se de um princípio inquestionável, um axioma. Hoje, cada vez mais o processo de privatização tornou-se uma palavra de ordem em detrimento do caráter público das instituições de qualquer natureza.

De regra, o objetivo das instituições de ensino é formar competências profissionais voltadas para o mercado de trabalho. Trata-se de oferecer saberes sedimentados, consensuais, sedentários e reproduzíveis, os quais percorrem “espaços estriados”, já sedimentado, cuja a reprodução é bem maior do que a produção de novos saberes, resultantes de criativas pesquisas.

Ao lado das máquinas axiomáticas binárias que formam competência, também, encontramos nas instituições de ensino, porém como expressão acentuadamente minoritária, a existência de “máquinas de guerra”, as quais, não se deixam sobrecodificar pelo saber/poder instituído e hegemônico. Elas constituem saberes Nômades, que percorrem “Espaços lisos” não estriados, e resultam de processos de desterritorializações, de linhas de fugas das competências estabelecidas, e isso, no sentido da performance, da criação, do devir - outro.

Elas não têm a guerra por objetivo, no sentido de um contra - poder, mas assim se manifestam quando são objeto de cooptação ou de destruição pelos “aparelhos de captura” dos poderes hegemônicos. Há portanto um diferente entendimento entre o saber enquanto competência – ‘Saber Sedentário’ e reproduzível dos espaços estriados (Decalque) –, e o ‘Saber Nômade’ dos espaços lisos, da performance (criação), do devir - outro.

É verdade, que numa instituição de ensino de natureza privada, formar competências para o mercado de trabalho torna-se, sem dúvida, o objetivo maior, e onde a reprodução de conhecimentos passa por um processo seletivo de seus docentes e discentes. Em função disso, vem naturalmente a indagação: haveria lugar para “máquinas de guerra” numa instituição de ensino de natureza privada?

A resposta é complexa pois isso depende muito da “visão de mundo”, da atitude ética que possui cada docente e discente, frente a uma realidade social e econômica de um país continental marcado por visíveis desigualdades.

Acredito, porém, que nos interstícios do saber hegemônico constituído, tanto em relação ao mundo das modas de grupos sociais mais favorecido, quanto à questionável “democratização” e inclusão dos estratos menos favorecidos, há espaço para que “micro máquinas de guerra” se manifestem e atuem.

Fora das instituições de ensino é fácil constatar o grau de percepção em diferentes manifestações artísticas das periferias das grandes cidades, onde seus habitantes com poucos recursos conseguem imitar o mundo das modas e, o que mais surpreende, conseguem afirmar suas diferenças (não as suas identidades) de forma criativa, e isso, não apenas no vestuário e penteados, mas, em outras atividades artísticas: música, dança, arquitetura, decoração, entre outras manifestações.

Concluindo, espero que essas 'micro-máquinas de guerra', antenadas com o processo social do nosso país, promovam diferentes estudos e pesquisas no mundo da moda, reconhecendo o potencial criativo dessas populações e, na medida do possível, estabelecer novos pressupostos que superem certas imposições exógenas à nossa realidade.

É verdade que as modas, em diferentes níveis, exerceram e continuam exercendo uma certa tirania. Porém, nas últimas décadas, esse atendimento de ostentar, de assegurar uma individualidade, um estilo pessoal vem lentamente se dissipando.

As modas vem cedendo lugar para outra e recente tirania, um novo *marketing* de uma acelerada indústria nesse mundo globalizado das 'Sociedades de Controle': a moda de parecer jovem, sem roupa nem documento, apenas como uma senha!