



Aguinaldo Conrado Pinto

**Moda, linguagem e o regime estético da
multidão**

Tese de Doutorado

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-graduação em Filosofia da PUC-Rio.

Orientador: Prof. Luiz Camillo Osorio

Rio de Janeiro
Setembro de 2021



Aguinaldo Conrado Pinto

**Moda, linguagem e o regime estético da
multidão**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor pelo Programa de Pós-graduação em filosofia da PUC-Rio.

Porf. Luiz Camillo Dolabella Portella Osorio de Almeida

Orientador

Departamento de Filosofia – PUC-Rio

Prof. Pedro Duarte

Departamento de Filosofia – PUC-Rio

Prof. Tito Marques Palmeiro

UERJ

Profa. Maria Claudia Bonadio

UFJF

Deborah Chagas Christo

UFRJ

Rio de Janeiro, 20 de setembro de 2021

Todos os direitos reservados. A reprodução, total ou parcial, do trabalho é proibida sem autorização da universidade, do autor e do orientador.

Aguinaldo Conrado Pinto

Especialista em juntar pessoas e fazer coisas, é graduado em artes cênicas pela UNIRIO e Mestre em Filosofia pela PUC-Rio. Coordenou o Curso de Graduação em Artes Visuais, Figurino e Indumentária da Faculdade Senai/Cetiqt entre 2007 e 2014, onde também participou do Grupo de Estudos da Cadeia Produtiva do Figurino, na linha de pesquisa de Economia Criativa da Gerência de Inovação, Estudos e Pesquisa. Atualmente integra o Coletivo Resdesign em companhia do qual investiga transposições de recursos das linguagens visuais das artes e do design para a inovação em serviços, processos e produtos.

Ficha Catalográfica

Pinto, Aguinaldo Conrado

Moda, linguagem e o regime estético da multidão / Aguinaldo Conrado Pinto ; orientador: Luiz Camillo Osorio. – 2021.

145 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Filosofia, 2021.

Inclui bibliografia

1. Filosofia – Teses. 2. Produção. 3. Regime estético. 4. Multidão. I. Osório, Luiz Camillo. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Filosofia. III. Título.

Agradecimentos

Ao meu orientador, Professor Luiz Camillo Osorio,
pela confiança depositada, pelo tempo dedicado, pelas discussões, críticas, referências,
sugestões de leitura, enfim, por ter contribuído para que meu amontoado de ideias e
intuições pudesse devir tese de doutorado.

Ao CNPq e à PUC-Rio, pelos auxílios concedidos,
sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado.

Aos membros da banca examinadora,
que não obstante já terem todos, em algum momento, marcado minha formação, vida
acadêmica e intelectual, seja por seu trabalho docente, sua produção acadêmica ou
simples compartilhamento de ideias, se dispõem, ainda mais esta vez, a contribuir com
etapa tão importante da minha trajetória.

Aos amigos,
pelos constantes estímulos, pela colaboração, paciência e carinho.

À minha família, aqui incluídas **Carol e Bel,**
por estar sempre presente, me ajudando a acreditar em mim.

**Ao grupo dos primos (Danny, Luisa, Imbiriba, Caê, Claudinha,
Fátima, Fernando, Paloma, Sérgio, Dani Brum, Cris, Wonder e Vânia),**
que tornaram o momento atual mais divertido, leve e passível de ser sobrevivido.

Ao Resdesign (Flávio, Deborah, Ney, Lu),
pelo tempo de estudos, a parceria em projetos, as leituras e críticas,
revisões de texto, pesquisas de imagens, tutoriais de modelagem
e tantas outras coisas que contribuíram para o presente trabalho.

À Maya Estarque, pela sugestão do Lagerfeld,
por me apresentar Li Edelkoort e me ensinar tanto sobre moda.

À Luiza Marcier, pelas conversas sobre moda e por ter me
apresentado o trabalho de Robin Givhan

A Felipe Baldissera, pelas conversas
e esclarecimentos sobre mercado financeiro e ativos intangíveis.

À Eliane Hatherly Paz,
pela leitura minuciosa e atenta do presente trabalho.

A todos os professores e funcionários do Departamento,
pelos ensinamentos e pela ajuda.

À Lia Güttler, por me ensinar a seguir em frente e,
em todos os momentos, estar sempre disposta a me ajudar a fazê-lo.

Resumo

Pinto, Aguinaldo Conrado. **Moda, linguagem e o regime estético da multidão**. Rio de Janeiro, 2021. 145p. Tese de Doutorado - Departamento de Filosofia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

As formas de produção e consumo do pós-fordismo, sob o signo da multidão, assumiram um caráter e uma configuração imateriais. O esforço empreendido pela presente tese é o de discutir os aspectos linguísticos desta transformação e refletir sobre o papel da moda e das artes para a constituição dos regimes sensíveis de legibilidade.

Palavras-chave

Produção; regime estético; multidão.

Abstract

Pinto, Aguinaldo Conrado. **Fashion, language and the aesthetic regime of the multitude.** Rio de Janeiro, 2021. **145p.** Tese de Doutorado - Departamento de Filosofia, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The forms of production and consumption of post-fordism, under the sign of the multitude, took on an immaterial character and configuration. The effort undertaken by this thesis is to discuss the linguistic aspects of this transformation and reflect on the role of fashion and the arts in the constitution of sensitive legibility regimes.

Keywords

Production; aesthetic regime; multitude.

Sumário

Introdução	11
1. A moda como linguagem	17
1.1.O regime estético das putas	17
1.1.1. Palavras não bastam?	17
1.1.2. Puta fora do regime	18
1.1.3. Rapidinha com Roland Barthes	24
1.2.Modas e multidões	27
1.2.1. Um guarda-roupas sem abrigos?	27
1.2.2. A moda e seu lugar comum	33
1.3.Quando a moda se faz carne	36
1.3.1. O caráter mundano da palavra	36
1.3.2. Corpo, multidões e linguagem pública	43
1.3.3. O produtor como um ator	50
1.4.Das coisas ordinárias da moda ao trabalho virtuoso das putas	52
1.4.1. A palavra marca	52
1.4.2. De volta à DASPU	56
2. Uma puta marca	59
2.1 Os problemas da moda	59
2.2 Abre aspas, Lagerfeld	63

2.3 Uma marca, marca	68
2.4 Marcas da frase-imagem	73
2.5 O porquê dos regimes	84
2.6 Entrando nos regimes	85
2.7 E quando há política?	87
2.8 Puta regime	92
 3. Meu nome é tumulto	 99
3.1 Incomum de dois	99
3.1.1 Primeiro desvio: produção linguística, regime estético e gestão do caos	100
3.1.2 Segundo desvio: produção imaterial, consumo semiótico e trabalho virtuoso	109
3.1.3 Terceiro desvio: capital entrando no regime	117
3.1.4 Quarto desvio: a arte de produzir sem produto	120
3.2 Viés de puta é malandragem	128
 Conclusão	 134
Apenas por um fio	134
Por trás, o verso	137
 Referências Bibliográficas	 141

Lista de figuras

Fig.	Pág.
1. Capa do livro “Daspu, a moda sem vergonha” de Flávio Lenz	17
2. Interior da Maison Worth (1858 – 1956), atendimento.	53
3. Interior da Maison Worth (1858 – 1956), atelier.	53
4. Assinatura em avesso de vestido de noite em seda e renda (1887-89).	53
5. Estojo de Dominó da década de 1960 assinado por Pierre Cardin.	54
6. Tapete de lã da década de 1960 assinado por Pierre Cardin.	55
7. Gabriela Leite, fundadora da marca DASPU.	57
8. Desfile Chanel, alta-costura, Verão, 2017.	63
9. Desfile Chanel, alta-costura, Primavera-Verão, 2017.	65
10. Chaleiras. Design de Peter Behrens.	73
11. Ronaldo Fraga. SPFW: Inverno, 2002.	78
12. Ronaldo Fraga. SPFW: Outubro, 2016.	78
13. Jum Nakao. SPFW, Junho, 2014.	79
14. Jum Nakao. SPFW, Junho, 2014.	79
15. Camiseta. Complexo B.	80
16. Atriz Alexia Deschamps desfilando para DASPU, Praça Tiradentes, 2011.	82
17. Desfile-performance organizado pela grife DASPU em frente ao Masp durante manifestação pró-Bolsonaro.	83
18. Desfile-performance organizado pela grife DASPU em frente ao Masp durante manifestação pró-Bolsonaro.	83
19. Bienal de São Paulo, 2006. Junto ao artista esloveno Tadej Pogacar. Vestido de lençol de motel fecha o desfile.	83
20. Desfile DASPU, Primavera-Verão, 2009-2010. Quadra da Escola de Samba Vai Vai, SP.	83
21. Desfile de Serpica Naro, semana da moda de Milão, 2005.	125
22. Desfile de Serpica Naro, semana da moda de Milão, 2005.	125

23. Orientação do urdume.	130
24. Orientação da trama.	130
25. Tecido estampado com listras no sentido do urdume.	131
26. Tecido estampado com listras no sentido do urdume.	131
27. Corte em viés.	131
28. Corte em viés.	131
29. No manequim, metade da peça está pré-montada para costura.	131
30. Manequins com exemplos de um mesmo tecido em modelagem com corte.	132
31. Manequins com exemplos de um mesmo tecido em modelagem com corte em viés.	132

Introdução

A primeira observação que temos de fazer a respeito da presente tese é a de que ela não fala do seu tema. Sejam talvez mais claros: não que as duas coisas sejam em absoluto diferentes, o que ocorre é que a forma que se encontrou de se tornar o tema dito não foi a do corte reto, da fala sistemática, que decompõe um objeto em subobjetos e o destrincha cirurgicamente sobre a mesa, à vista de todos.

Talvez pela dificuldade do próprio tema, ou por incompetência técnica do autor, optou-se por um recorte em viés, e o caminho que se logrou traçar foi o de uma costura em zig zag, de modo a poder juntar pelas pontas a constelação de assuntos e de "coisas" a respeito dos quais pareceu necessário falar.

Com esse método errante, trouxemos à fala Karl Lagerfeld, Jacques Rancière, José Salibi Neto, Georg Simmel, Paolo Virno, Marcel Duchamp, Beto Neves, Franco Berardi, Lidewij Edelkoort, Aristóteles, Andrea Semprini, Jun Nakao, Maurizio Lazzarato, Kathia Castilho, Tennyson Pinheiro, Worth, Naomi Klein, Pierre Cardin, Arun Sundararajan, James Laver, Karl Marx, DASPU, dentre outras personagens, cujo sentido e importância serão explicitados ao longo do trabalho, e por intermédio das quais buscamos refletir sobre "o regime estético da multidão e o lugar comum do consumo e da produção industrial linguística no pós-fordismo".

Tomar de empréstimo essas vozes nos permitiu falar sobre a multidão como configuração predominante das relações sociais contemporâneas e marca das formas de produção, da condição do trabalhador e do consumo no pós-fordismo. Permitiu-nos também pensar sobre a possibilidade de se ampliar o alcance do conceito de regime estético das artes para a produção industrial, principalmente no que se refere à hipótese da moda e das artes como mediadoras da produção e do consumo imateriais.

A partir da investigação do conceito de semiocapitalismo, e de suas múltiplas manifestações no pós-fordismo, encontramos o repertório de evidências de um comum sem medidas, no qual pudemos fazer conviver, inclusive em suas diferenças, os conceitos de multidão e regime estético, sem que precisassem se reduzir a meros sinônimos ou correlatos.

A forma geral dessa junção "des-coordenada" tem seu ponto principal de apoio no uso que o próprio filósofo Jacques Rancière faz do conceito de parataxes. O modo como logramos articular um elenco tão vasto e diverso de "personagens",

sobretudo as quatro principais – multidão, regime estético, moda e DASPU –, foi justamente juntar sem "e" e sem "ou", sem coordenação e sem subordinação.

Quanto ao desenvolvimento da tese, no **primeiro capítulo** discutimos a condição inusitada do surgimento de uma marca de moda. Nele investigamos as condições sociais da produção pós-fordista e buscamos reconhecer, no contexto geral do modo de ser da multidão, as condições para a excepcionalidade da existência dessa marca sem produto.

Do conceito de multidão, tal como se apresenta no pensamento do filósofo Paolo Virno, exploramos o fato deste poder servir como uma ferramenta para compreendermos a forma das relações sociais contemporâneas. Das correspondências que o filósofo estabelece entre sublime, linguagem e multidão, nos servimos para pensar nos limites enfrentados pelos discursos sobre tendências de moda, num contexto no qual a sua produção e consumo se mostram "irrepresentáveis", em linha com a definição kantiana, recuperada por Virno, do sublime matemático.

Ainda com respeito à relação traçada pelo filósofo entre multidão e sublime kantiano, dessa vez o sublime dinâmico, encontramos lugar para refletir sobre as duas formas distintas de temor, o medo (que se refere ao perigo coletivo e familiar) e a angústia (que se refere ao perigo infamiliar e subjetivo), e das maneiras correspondentes de busca por proteção.

A referida discussão é particularmente importante porque, na multidão, segundo Virno, os lugares especiais da fala, ou seja, as falas especializadas (a linguagem do advogado, do médico, o modo de falar de determinado grupo social, a fala técnica etc.), mas, também, as falas socialmente legitimadas (da igreja, do estado, da escola etc.), responsáveis pela instituição daqueles espaços sociais nos quais nos habituamos a encontrar conforto, familiaridade, segurança, teriam perdido espaço para os lugares comuns da fala, ou seja, para a pura capacidade genérica de falar, espaço aberto para o inesperado e o infamiliar.

Em linhas gerais, para Virno, o medo é um sentimento público, coletivo, partilhado com a comunidade, e a angústia, um sentimento privado, pertencente à vida íntima e pessoal do indivíduo. Num mundo, porém, definido por relações sociais pautadas no infamiliar, a angústia deixaria de ser algo do âmbito exclusivamente privado e se tornaria socialmente partilhada, ocupando, por assim

dizer, o lugar do medo. Perturbação é a forma como o filósofo denomina o estado no qual a angústia é tornada medo.

O precariado, ou seja, a cultura multitarefas do trabalhador contemporâneo, e a necessidade de flexibilidade e de modelos de gestão ágeis ou adaptáveis são algumas das características práticas da cultura produtiva do pós-fordismo com as quais relacionamos o estado permanente de percepção da instabilidade e da imprevisibilidade do mundo, que o filósofo compara com sentir-se constantemente um estrangeiro em sua própria casa.

Mas, por outro lado, teremos que reconhecer que a mesma condição de estrangeiro que impele o trabalhador pós-fordista à condição do precariado, ou seja, à participação em um mundo esvaziado dos lugares especiais, fontes de direitos, segurança e legitimação prévia, é o que possibilita o caráter virtuoso – no sentido marxiano do termo – da produção de DASPU.

Como, para Virno, virtuoso é o mesmo que político, e político, o mesmo que linguístico, este será um capítulo no qual investigaremos também os vínculos entre voz, fala, corpo e processos de individuação. As ideias de palavra encarnada, enunciados performativos e performativo absoluto serão fundamentais para compreendermos as condições excepcionais de produção sem produto da marca.

Pareceu-nos, todavia, não bastar termos reconhecido apenas as condições sociais para a existência excepcional, no mundo chamado produtivo, de uma empresa sem produtos: precisávamos compreender também as condições linguísticas que permitiriam à referida empresa não apenas existir, mas ser legitimada, reconhecida como uma marca no âmbito particular do mercado de moda. Às suas condições de existência, precisavam-se associar suas condições de legibilidade.

A questão sobre a noção de marca foi a propulsora dos problemas tratados no **segundo capítulo**. Antes, porém, de formularmos a pergunta “o que faz desta marca em particular, uma marca de moda?”, precisávamos saber o que garante, em geral, o caráter de marca de moda a uma marca qualquer. Essa pergunta nos remeteu a outra ainda mais genérica: “o que queremos dizer quando falamos *moda*?”.

Logo de partida, percebemos as dificuldades de encerrarmos a multiplicidade de “coisas” que se enunciam com a palavra moda numa representação contingente qualquer. Por essa razão, buscamos nos distanciar dos dois principais conceitos que

têm servido como orientadores para os discursos sobre o tema, a saber: o conceito de campo e de sistema.

É possível concordar que na moda há campos e sistemas, mas esses conceitos, por seu caráter contingente, não nos parecem suficientes para definir ou explicá-la. Buscamos então uma maneira de abordar a moda que não tentasse delimitá-la, mas que nos possibilitasse reconhecer o fato de que, ao dizermos moda, não estamos nos referindo a qualquer coisa ou a algo que não possa ser de modo algum identificado, estamos falando de uma coisa em particular. Todavia, a particularidade desta coisa não exclui a multiplicidade, por vezes, contraditória, tanto dos termos que lhe constituem, quanto das maneiras como ela própria se dá a ver. O conceito que julgamos oportuno para dar conta de um comum não necessariamente contingente foi o de partilhas do sensível, de Jacques Rancière.

A moda é uma forma de partilha do sensível, ou melhor dizendo, a moda oferece ao sensível formas variadas de participação. Manifestando, não raras vezes, aspectos conflitantes ou contraditórios, a moda se diz e se faz ler de muitas maneiras. Para compreendermos suas condições de legibilidade, recorreremos ao conceito de regimes de identificação, também de Rancière. Principalmente o de regime estético de identificação das artes.

O conceito de regime estético apareceu como uma saída para a compreensão do caráter complexo da noção de moda, principalmente no que diz respeito à possibilidade de instituição de um comum sem medidas, expressão utilizada por Rancière. Fundamentado nele, abriu-se uma série de outras questões que se mostraram importantes para a compreensão da noção de marca, mas, também, para o papel que essa noção teve na constituição daquilo que aparecerá como uma tendência da produção contemporânea à desmaterialização.

A partir daí, chegou-se também a um conjunto de indagações relativas à distinção entre política e polícia, desentendimento, à existência polêmica de uma parcela dos sem parte, que nos colocaram diante do reconhecimento da própria ocorrência dos comuns sem medidas.

No contexto das questões acima elencadas, o conceito de frase-imagem, denominada pelo filósofo como "a grande parataxes" (RANCIÈRE, 2012), apareceu como fundamental para isolarmos aspectos potenciais da ideia de marca que nos ofereceriam as condições de aceitação e legibilidade polêmica do nome DASPU no âmbito do mercado de moda.

Postas em ordem todas essas questões, um novo problema precisou ser colocado. Pareceu correto reconhecermos que as condições de existência e legibilidade da marca de moda DASPU pudessem se relacionar à perda dos lugares especiais da fala e ao regime estético de identificação das artes, portanto, a duas configurações de pensamento que remetem a condições excepcionais, ou seja, não hegemônicas de existência. Todavia, à medida que, tanto num caso quanto no outro, no esforço de demonstrar o caráter não consensual da marca, acabamos por esbarrar em tendências gerais da produção pós-fordista, será que poderíamos mesmo assumir DASPU como um fato excepcional?

No **terceiro capítulo**, investigamos evidências de manifestações práticas cotidianas, dos aspectos sociais do modo de ser da multidão e do regime estético, no âmbito da produção, organização do trabalho e formas de consumo do pós-fordismo, em busca de afirmarmos ou refutarmos a ideia de uma excepcionalidade da DASPU.

Essa investigação nos conduziu ao esforço de reconhecermos nas expressões do capitalismo linguístico dos nossos dias (semiocapitalismo, na definição de Franco Berardi), não só a persistência dos aspectos negativos da multidão, identificados por Virno, mas, também, a captura e generalização das formas de sensibilidade próprias ao regime estético das artes. Mas, se em hipótese, as condições produtivas e as formas de legibilidade que possibilitaram o surgimento de DASPU já se encontravam, em maior ou menor grau, disseminadas como tendência no regime de produção e consumo do pós-fordismo, não se tratava aqui de pensarmos na referida marca como uma excepcionalidade, e sim como um caso exemplar do regime.

Nossas reflexões, entretanto, nos conduziram à afirmação da condição paradoxal da marca de moda DASPU como fato exemplar, e excepcional, da produção pós-fordista. Essa condição, aparentemente, apenas reforçou o caráter político – tal como o termo é abordado por Jacques Rancière – do modo de participação do comum, sem pertencimento, exercido pela marca.

Como pudemos perceber, DASPU é provavelmente uma das “coisas” que serão mais faladas no presente trabalho. De fato, ela nos ajudou também a falar de muitas outras “coisas”. Surgiu – como quem não queria nada – nas primeiras linhas do texto e acabou por articular todo o fundo das discussões que se desenrolam no primeiro capítulo. Tornou-se o eixo da reflexão a respeito das noções de marca e de

moda no segundo capítulo e, no terceiro, reapareceu, desta vez, com o objetivo de pensar sua condição paradoxal de caso exemplar e exceção da produção pós-fordista.

Esperamos ter conseguido, no curso da presente introdução, dar um testemunho dos cortes e costuras que operamos para refletir sobre "o regime estético da multidão e o lugar comum do consumo e da produção industrial linguística no pós-fordismo". Como deve ter ficado claro, foram muitos e variados os fios e conceitos que precisamos atar. Cada capítulo que se segue dará testemunho desse desafio e de suas dificuldades. E, imagine só, falaremos ainda bastante de DASPU também em nossa conclusão.

1. A moda como linguagem

1. 1 O regime estético das putas

1.1.1 Palavras não bastam?

Iniciarei o presente trabalho contando uma curiosa anedota acerca da origem de uma inusitada marca de moda criada no Rio de Janeiro no ano de 2005. Acredito, porém, que essa história, aparentemente desprestigiada, encontrará sua devida importância ao longo do corpo de nossas reflexões, no tocante, especificamente, ao que se refere à lógica contemporânea da produção industrial.

Numa manhã de domingo, em novembro de 2005, o jornalista Flávio Lenz, autor da obra *DASPU - A moda sem vergonha*, em casa, ao lado de Gabriela Leite, sua companheira, fundadora da Ong Davida e criadora da marca de moda DASPU, recebe uma chamada telefônica

informando que o jornalista Elio Gaspari noticiara no jornal *O Globo* daquela manhã o surgimento de uma nova marca de moda chamada DASPU. Cito a seguir trecho do livro que reproduz o conteúdo da matéria: "Uma nova grife - As moças que batalham à noite nos arredores da Praça Tiradentes, no Rio, tiveram a ajuda de uma ONG escandinava para montar uma pequena confecção onde costurassem suas roupas de trabalho. A grife das moças vai se chamar DASPU" (LENZ, 2008).

Um acontecimento como esse – a divulgação espontânea de um trabalho na coluna dominical de um respeitável jornalista –, que em circunstâncias comuns renderia muita comemoração, só não foi recebida com a devida euforia porque, primeiro, não havia nenhuma referência na matéria à Ong Davida, ou à Gabriela Leite, sua criadora e, segundo, porque DASPU naquele momento era apenas uma ideia.

Aparentemente, segundo o relato de Lenz, não havia até então nenhum processo em curso que pudéssemos relacionar tradicionalmente com a criação de



Figura 1 - Capa do livro *Daspu: a moda sem vergonha*, de Flávio Lenz.

uma marca de moda. Não havia desenhos, não havia projeto, não havia coleção, não havia nem mesmo um designer (ou uma designer) que pudesse projetar as coleções, enfim, nada que se destinasse ao desenvolvimento de produtos do vestuário. DASPU era apenas um trocadilho jocoso que designava o desejo de um grupo de ativistas do movimento de prostitutas do Rio de Janeiro de produzir roupas que, dentre outras coisas, pudessem gerar alguma receita para a ONG.

Naquele momento, DASPU era apenas uma palavra solta no mundo. Supõe-se que num dos muitos encontros de "sonho-diversão-planejamento", num dos diversos botequins do centro do Rio, ponto de encontro do grupo de ativistas, alguém sentado numa mesa próxima a deles tenha escutado as palavras "'DASPU, 'grife e confecção', 'Prostitutas', 'ONG', 'Praça Tiradentes', [...] 'escanear'" e montado a narrativa que viria a ser publicada naquela manhã de domingo pelo mencionado colunista – um grupo de prostitutas cria a marca de moda DASPU, com o auxílio de uma ONG escandinava.

Não se trata de nenhuma novidade que uma marca se utilize de uma operação da linguagem com potencial simbólico para atribuir valor não-tangível aos seus produtos ou serviços, mas o que particularmente nos surpreende aqui é o fato de nos depararmos com a gênese de uma marca na qual a faculdade linguística e a capacidade de comunicação antecedem a qualquer projeto, a qualquer ideia objetiva, a qualquer elemento material que pudesse vir até mesmo a ser transformado em produto e que, portanto, nesse caso, produzir se pareça com um apenas provocar, como que por encantamento, a existência de uma "coisa", que se encarna por meio da pura enunciação de uma palavra.

Como isso seria possível? Uma marca de moda sem produto, sem ideia, sem designer e sem design, sem conceito e sem coleção? Como compreender, dentro de uma perspectiva tradicional de produção, o inusitado surgimento da empresa DASPU? Para nós, todavia, há menos de um inusitado na anedota acerca do surgimento dessa marca do que de uma explicitação de elementos centrais para a compreensão da própria lógica produtiva contemporânea.

1.1.2 Puta fora do regime

De fato, a moda é um fenômeno (para não perdermos tempo com conceituações: sistema, campo, empreendimento, indústria etc.) repleto de

ocorrências: semanas de moda, desfiles, criação de coleções, feiras de negócios, varejo, atacado, publicidade e assim por diante. Repleto também do desejo e da "promoção" de novidades – a nova coleção, os novos criadores, as novas formas hegemônicas, os novos usos, novos costumes, novas personalidades, novas tendências e novas maneiras de legitimação – o desejo por novidades é o seu principal motor. A originalidade do acontecimento DASPU, todavia, não pode ser confundida com um mero atendimento à "demanda por novidades" dos "mecanismos" da moda, em meio – por assim dizer – à recorrência ordinária dos seus processos.

Isso em razão de que a novidade, no contexto específico do mercado de moda, tende a ser algo semelhante ao que Maurizio Lazaratto classificaria como uma mera ocorrência, uma pura realização de possíveis. Em outras palavras – no cenário da moda ou na realidade específica de uma marca –, a dimensão de novidade é relativamente controlada e perseguida dentro dos limites daquilo que é possível acontecer à marca ou ao gosto estabelecido. Essa novidade parte, portanto, de uma imagem *a priori* do real, que precisa ser apenas realizada, de modo que, na passagem do possível ao real, não se agrega nada de original ao que já estava lá no plano das ideias, no planejamento da empresa, na expectativa e no gosto do consumidor.

DASPU é de outra ordem, acreditamos, mais próxima inclusive do que para Lazaratto significaria efetivamente um acontecimento, como uma abertura para outras formas de possibilidade, onde "o possível não mais orienta o pensamento e a ação de acordo com alternativas preconcebidas" (LAZARATTO, 2006).

DASPU, criada por um grupo de prostitutas do Rio de Janeiro, tensiona a ordem mercadológica, moral e fabril do "ambiente fashion". O acontecimento DASPU, embaralhando as "partilhas do sensível" (RANCIÈRE, 2009) do mundo da moda, não apenas sugere um deslocamento da produção e recepção dos seus produtos, em direção a um regime de identificação estético, como também nos possibilita pensarmos sobre as implicações desse "novo" regime para a produção industrial em geral, no contexto atual do pós-fordismo (VIRNO, 2003).

É sob essa perspectiva que DASPU nos interessa. Do nosso ponto de vista, lida a partir dos conceitos de trabalho virtuoso e produção pela linguagem, não se trata apenas de uma anedota ou de um acidente de percurso dentro do "campo produtivo" da moda. Pelo contrário, expressa de maneira privilegiada o

"esgotamento" que a própria moda, como forma de discurso hegemônico, vem sofrendo no contexto atual do pós-fordismo.

Lidewij Edelkoort¹, uma importante "influencer" da moda, por exemplo, ao escrever seu "Anti_Fashion – a manifesto for the next decade", apresenta, com "nostalgia", a percepção de que algo na moda parece ter morrido. Alguma coisa de muito séria parece ter acontecido com ela, para que tenha deixado de ser o grande vetor de mudanças sociais que fora ao longo dos séculos XIX e XX.

Li, como é chamada, traça um diagnóstico dos equívocos cometidos pelas escolas de moda, pela indústria etc., e que teriam afastado sua produção do gosto e dos desejos imediatos de consumo nos dias de hoje, mas também feito com que ela perdesse aquela capacidade que sempre demonstrou dispor de ditar gostos e de normatizar comportamentos.

A ideia de que o mundo sofrera mudanças, e de que a moda, tal como produzida ao longo da "modernidade", teria perdido o poder de se comunicar com ele é bastante precisa, devemos reconhecer. Todavia, não podemos deixar de perceber que, feitas as contas, o que Edelkoort desejaria de fato é que a moda conseguisse recuperar sua capacidade de ditar as maneiras e hábitos de vestir do "novo mundo", e seria exatamente por essa razão que se mostraria necessário reinventá-la, por intermédio de um novo mercado, uma nova escola de design de moda, uma nova indústria etc.

Curiosamente, porém, não ocorre à autora que a perda do poder – diga-se logo, da grande indústria ou sistema da moda – de influenciar e de estabelecer suas narrativas de maneira hegemônica não seja uma falha a ser corrigida pelo mercado ou pelo "campo da moda", mas o próprio e novo sentido que esta, tal como as demais narrativas hegemônicas – povo, estado etc. – passaram a ter no cenário atual do "nosso mundo" (LAZZARATO, 2006), em relação ao qual podemos dizer, tal como Paolo Virno, que a tendência geral dos muitos é a de resistirem cada vez mais a se tornarem "um" (VIRNO, 2003).

¹ Li Edelkoort é um dos nomes mais respeitados no mundo da moda. Do escritório da sua empresa, a Trend Union, em Paris, coordena uma equipe que pesquisa tendências globais de moda, design, arte e comportamento para gigantes como Coca-Cola, Warner, Gap, Lacoste e L'Oréal, dentre muitas outras. Há quatro décadas nesse mercado, já foi eleita um dos 25 nomes mais influentes da moda pela revista *Time* e uma das 40 pessoas mais importantes no design pela *Icon Magazine*. Disponível em <https://ffw.uol.com.br/noticias/gente/referencia-mundial-pesquisadora-de-tendencias-li-edelkoort-faz-previsoes-sobre-moda-brasileira/> Acesso em 4 de junho de 2019.

A percepção de Edelkoort sobre o fim da moda é tão problemática no diagnóstico – a moda perdeu seu lugar de importância porque não soube acompanhar as mudanças – quanto na posologia – a moda precisa se reinventar para que volte a ter a "grande importância" que teve no passado. Não ocorre à autora que, no contexto atual do pós-fordismo, a perda de força e a relativização das posições de influência no âmbito da moda respondam apenas à sua vizinhança de novas formas de partilhas do sensível (RANCIÈRE, 2005), resultado de um deslocamento de um regime de identificação poético em direção a um regime de identificação estético da produção, aquele primeiro – sim – em consonância com o qual a moda teria exatamente se constituído como grande indústria e agente de grandes transformações sociais.

Trataremos em capítulos futuros, de forma mais aprofundada, do tema dos regimes de identificação (ético, poético e estético) formulado por Jacques Rancière, mas parece relevante no presente capítulo já tangenciarmos essa discussão apenas para esclarecermos a diferença no "ambiente" de recepção que marca a passagem da moda, no sentido moderno do termo, para a moda no contexto atual do pós-fordismo.

Sendo assim, digamos – em caráter apenas preliminar – que o regime poético seria aquele regime ligado à afirmação das hierarquias e à identificação de posições. Que é o regime que "regula as relações entre o dizível e o visível", entre "(o) que define compatibilidades e incompatibilidades de princípio, condições de recepção e critérios de não recepção", supõe uma hierarquia e prevê o conteúdo específico de separação entre os gêneros (literatura, música, teatro, pintura etc.) e, ainda, que é o regime que DASPU tensiona ao embaralhar as partilhas do sensível do mundo da moda.

A conclusão acima se justifica por compreendermos que, dentro do regime poético de identificação, também os modos de vestir – entendidos como meio de construção da visibilidade pública (formas de partilha do sensível, ou seja, maneiras de tomar parte no comum) – definem permissões para que se ocupem determinados lugares na vida pública e se expressem maneiras adequadas de desfrute dos espaços sociais. Os manuais de história do vestuário, de Carl Köhler à Diana Crane, passando por François Boucher, Daniela Calanca ou Daniel Roche, dão evidências significativas dessa "hierarquia social" das formas indumentárias.

A esse respeito, vale a pena lembrarmos de uma história bastante curiosa, que demonstra a influência supostamente exercida por uma peça determinada do vestuário, um casaco, no processo de construção da obra filosófica *O capital* de Karl Marx. Peter Stallybrass, no ensaio *O casaco de Marx*, supõe que a referida peça de vestuário adquiriu tamanha importância para o cotidiano do autor que tenha acabado por "extrapolar" os limites do uso comum e vindo a fixar-se como forma exemplar da alienação capitalista da mercadoria.

Marx define o capitalismo como o processo de universalização da produção de mercadorias. Ele escreve no prefácio da primeira edição de *O capital* que a forma mercadoria do produto do trabalho ou a forma valor da mercadoria é a forma celular da economia. A forma celular da economia que ocupa o primeiro capítulo de *O capital* assume a forma de um casaco. O casaco faz sua primeira aparição não como um objeto que é fabricado e vestido, mas como uma mercadoria que é trocada. E o que define o casaco como uma mercadoria para Marx é que, como tal, ele não pode ser vestido, como tampouco pode aquecer. (Stallybrass, 2008, p. 39-40)

O casaco, assim, seria muito mais do que um simples exemplo aleatório de mercadoria: seria a síntese exemplar do próprio contexto em que se encontrava o autor da obra *O capital*. Para Stallybrass, o que ofereceria o ponto de contato entre o casaco do uso cotidiano e aquele utilizado como forma "exemplar" da mercadoria seria justamente a delicada situação econômica na qual se encontrava Karl Marx no período em que realizava suas pesquisas para *O capital*, que lhe obrigava a um movimento de idas e vindas à casa de penhores.

Stallybrass se refere à quantidade de vezes que Marx, para custear suas despesas ordinárias, precisou penhorar seu único casaco, e alude às implicações sociais da referida penhora. De forma bastante criativa, identifica nos constantes movimentos de empenho a experiência exemplar de "alienação" das coisas materiais do cotidiano por meio da mercadoria: "Em *O capital*, o casaco de Marx aparece apenas para imediatamente desaparecer outra vez, porque a natureza do capitalismo consiste em produzir um casaco não como uma particularidade material, mas como um valor supra-sensível" (STALLYBRASS, op.cit.).

Segundo Stallybrass, Marx fazia suas pesquisas para escrever *O capital* no Museu Britânico, e por diversas vezes não pode comparecer ao museu, visto que nas ocasiões nas quais sua situação financeira se agravava e era obrigado a penhorar seu casaco, não podia nem enfrentar o frio das ruas nem se encontrava em condições de aparecer publicamente. As roupas que Marx vestia determinavam assim o quanto

ele podia escrever (STALLYBRASS, 2008). Ou seja, para Marx, "a penhora de suas roupas delimitava sensivelmente suas possibilidades sociais" (idem, p. 63), mas também seu trabalho intelectual.

Pode até parecer exagerado supor a relação direta entre o casaco pertencente a Marx e o que aparece como exemplo em *O capital*, mas nosso interesse na referida história não é nem tanto saber se a hipótese de Stallybrass se corrobora e se podemos considerar que um casaco era exatamente o outro. Queremos apenas destacar aqui um componente que, por parecer demasiado trivial, dificilmente apareceria na análise da produção de um filósofo, qualquer que fosse: para produzir *O capital*, Marx precisava dispor de um casaco.

O casaco, poderíamos dizer, seguindo a hipótese de Stallybrass, não é nem só um utensílio do uso cotidiano, como um prato, um copo ou uma xícara, nem é apenas uma forma exemplar da mercadoria; é uma forma de "partilha do sensível". Garante o direito de aparecer em público, define formas de "co-pertencimento" e posições sociais disponíveis para serem ocupadas.

Interessa-nos a hipótese formulada em *O casaco de Marx* porque ela ilustra o exato regime de identificação e de distinção social sob o qual a moda se estruturou em termos de uma grande indústria, e ilustra, também, a lógica da representação, das hierarquias das posições e das formas indumentárias, por meio da qual a moda pôs-se como porta-voz absoluta do bom gosto e da "verdade" sobre as maneiras adequadas de se comportar e de se vestir em "sociedade".

Um testemunho eloquente disso se reflete no fato de que o elogio recorrente ao modo de vestir de uma pessoa seja a afirmação de que ela esteja "bem vestida" e não "belamente vestida". A moda se constituiu, ao longo dos séculos XIX e XX, sob o regime poético de identificação, como um sistema moral de distribuição estética das presenças no mundo público.

Trataremos com maior atenção das questões relativas ao que consideramos ser um regime estético de identificação da moda nos capítulos futuros. Damo-nos por satisfeitos, por enquanto, em apenas apontarmos, a partir das discussões sobre o "regime poético", para o fato de que o deslocamento de regimes de identificação, percebido por Jacques Rancière no âmbito das artes, parece também se manifestar no âmbito da produção industrial da moda e evidenciar-se no acontecimento DASPU, uma ação "oportunista" de um grupo de ativistas que de forma "cínica" força as portas do "mundo da moda" pela via da produção linguística.

Oportunismo e cinismo aqui, precisamos ressaltar, são tomados a partir da perspectiva positiva que Paolo Virno confere aos referidos conceitos, como marcas do agir produtivo (político) do trabalhador virtuoso no pós-fordismo. A saber, a exigência de conceber a vida como constante e iminente risco e desenvolver as faculdades de "a cada momento 'a tudo' se adaptar", bem como de compreender o caráter ficcional das regras sociais estabelecidas e de identificar e assumir de bom grado seu papel na estrutura do jogo. Parece que, com essa afirmação, chegamos aqui ao cerne da nossa questão: DASPU é um acontecimento produtivo da moda, tal como "A Fonte" de Duchamp é uma "produção artística".

Não se trata apenas do golpe de sorte de um grupo virtuoso² de prostitutas. Trata-se de um acontecimento importante para pensarmos o caráter linguístico geral da moda em si, mas não só dela, de tudo quanto se produz na indústria contemporânea. De iphones a medicamentos, de calçados a geladeiras, tudo quanto "fabrica" a indústria pós-fordista é atravessado pelas mesmas características da produção pela linguagem que possibilitaram o surgimento da marca DASPU.

1.1.3 Rapidinha com Roland Barthes

O tema do vestuário aparece em pelo menos quatro trabalhos do semiólogo francês Roland Barthes: *Elementos de Semiologia* (2006), *História e Sociologia do vestuário*, na coletânea *Imagem e moda* (2004) e, claro, em *O sistema da moda* (2009).

No curso sobre semiologia, o vestuário aparece apenas como um exemplo para facilitar a nossa compreensão a respeito da distinção entre os termos língua, fala e linguagem. Em *Imagem e moda*, entretanto, a lógica se inverte e, dessa vez, são língua, fala e linguagem que aparecem para explicar o caráter complexo do vestuário.

Barthes inicia sua análise, em *História e sociologia do vestuário*, tratando dos sucessivos fracassos tanto da história quanto da sociologia ou da psicologia na abordagem do objeto de vestuário. A história falharia ao considerar o vestuário a

² Conforme a distinção marxiana de trabalho produtivo e trabalho virtuoso. Para Marx, o trabalho produtivo é aquele que deixa como resultado um produto, um excedente material em relação ao esforço despendido. Assim é o trabalho de um marceneiro, por exemplo, que tem como resultado um banco ou um móvel. O trabalho virtuoso seria aquele cujo produto final não se separa da própria ação executada pelo trabalhador: o pianista ao executar uma sinfonia, um garçom ao servir uma mesa, as atividades em geral do setor de serviços.

partir do que o autor nomeia como um mero recenseamento das formas do vestuário ao longo do tempo (história das saias, vestidos, calças masculinas etc.), ou ao supor que uma mudança no modo de vestir diria respeito, pura e simplesmente, ao condicionamento das roupas à ação das "personagens" históricas, mas falharia também ao realizar a passagem da primeira perspectiva à segunda, de modo apressado ou pouco metodológico.

Já a Sociologia falharia ao considerar o vestuário apenas como "fenômeno" social e não levar em conta a dimensão puramente subjetiva relativa ao ato de vestir-se. Não é apenas por razões de ordem sociológica que um indivíduo veste determinada roupa. Há, também, razões essencialmente privadas implicadas nesse ato – as lembranças que determinada peça de roupa provoca, o fato de tê-la recebido como presente, o conforto que proporciona ao corpo, dentre outras. Assim, no interior de determinado grupo social, podemos contar com indivíduos que aderem a formas idênticas de vestir por razões morais, físicas, psicológicas, enfim, pessoais completamente diferentes. Sendo assim, explicar o fato de determinado sujeito se vestir de um modo e não de outro, apenas sob a luz da interpretação dos fenômenos e das transformações sociais, implicaria em desconsiderar a dimensão privada de escolha do referido sujeito.

Claro está também que buscar, por outra via, exaurir a compreensão acerca das razões para a escolha de determinada peça de roupa apenas a partir de elementos da "psicologia" se mostrará, da mesma forma, incompleto e impreciso, visto ser óbvio que existe uma multidão de razões sociais implicadas na opção por um modo de vestir-se: o acesso econômico a determinada peça de vestuário, por exemplo, mas igualmente as convenções sociais (roupa de trabalho, roupa de festa, roupa de banho, roupa para a prática esportiva), religiosas, as práticas e hábitos locais, dentre outras.

Qual a saída então? Se as três grandes "ciências" do "comportamento humano" fracassaram ao abordar o tema do vestuário, como seria possível compreendê-lo? Para Barthes, a primeira providência parece ser reconhecer que história, sociologia e psicologia falham, não por seus métodos em si, mas em razão do caráter híbrido do vestuário. A primeira sugestão de Barthes é pensarmos o vestuário desde sua convivência complexa com uma dupla natureza, ao mesmo tempo individual e coletiva. É nesse ponto que a linguagem (e por consequência a linguística) apareceria para nos ajudar. Para Barthes, a linguística, por seu êxito ao

lidar com a – também dupla – natureza da linguagem, poderia nos inspirar e oferecer meios para a compreensão do vestuário em sua dubiedade.

Ao fazer a referida aproximação, Barthes propõe considerarmos que, assim como a linguagem é constituída por duas dimensões, língua e fala, o vestuário seria constituído também por duas dimensões, a roupa e a indumentária, e que a indumentária, nesse caso, comparar-se-ia à língua, dimensão normativa da linguagem, e a roupa à fala, dimensão subjetiva de uso e atualização da linguagem. Assim, poderíamos identificar procedimentos da linguística que ajudariam a nos aproximarmos metodologicamente da dupla dimensão dos objetos do vestuário.

Esse procedimento permitirá a Barthes identificar a vigência do vestuário sob "os dois eixos da linguagem", o sintagma e o sistema (BARTHES, 2006). Sistema e sintagma "são dois planos de atividade mental" nos quais se desenvolvem as relações que unem os termos linguísticos. Segundo Barthes, o sintagma é a cadeia falada, tem por suporte a extensão – a extensão é linear e irreversível. Dois elementos não podem ser falados ao mesmo tempo. Cada elemento tira seu valor da oposição ao que o precede ou ao que o sucede. A analítica que se aplica ao sintagma é o recorte. Os termos estão unidos pela presença e pela proximidade. Já fora do discurso (plano sintagmático), as unidades que têm entre si algo em comum associam-se na memória e assim formam grupos em que "produzem" diversas relações. Ali os termos se unem em ausência. O plano sistemático estaria ligado à língua e o plano sintagmático, à fala.

Com a abordagem linguística, Barthes consegue se aproximar tanto das implicações sintagmáticas da roupa (efeitos semânticos que se operam no corpo, quando, por exemplo, temos associado a determinada camisa, determinado sapato, ou calça etc.), quanto da dimensão sistemática do vestuário, que, por sua vez, pode ser investigada nos diversos sistemas de indumentária que norteiam as formas (e razões) coletivas do vestir, bem como na moda, pensada pelo próprio autor como sistema comunicacional.

As contribuições de Barthes são de fato muitíssimo relevantes para o estudo da moda e do vestuário, motivo de termos dedicado esse longo "parênteses" a elas. Todavia, ao tratarmos da moda à luz do contexto atual das relações sociais que Paolo Virno nomeia como o da multidão, ficará bastante clara a necessidade de ultrapassarmos o inconfesso consenso acadêmico segundo o qual, ao dizermos "Moda é linguagem", estaríamos afirmando que a moda é (ou forma) um sistema

de significação. Faz-se necessário ampliarmos a noção de linguagem para além do campo e da estrutura comunicacional.

Tentaremos, em primeiro lugar então, nas linhas que se seguem, delimitar a região conceitual denominada de "multidão", para a seguir identificarmos as configurações da noção de linguagem que possibilitariam uma melhor "leitura" do modo de agir dos "muitos enquanto muitos" no contexto atual da produção de moda.

1.2 Moda e multidão

1.2.1 Um guarda-roupas sem abrigos?

Paolo Virno inicia a conferência que dá origem à obra *A gramática da multidão* afirmando que o "conceito de multidão é uma 'ferramenta' para se pensar a esfera pública contemporânea" (2013, p. 9). A justificativa para tal afirmação é a impressão do autor de que o referido conceito nos ajudaria a compreender uma série de comportamentos que apontariam para uma "ruptura" contemporânea no modo de agir dos muitos, que o tornaria antagônico ao modo de agir circunscrito pela "noção" unitária de povo, responsável por "explicar" a lógica das relações sociais desde o século XVII.

Ambas as polaridades, povo e multidão, reconhecem como pais putativos a Hobbes e Espinosa. Para Espinosa, a multidão representa uma pluralidade que persiste como tal na cena pública, na ação coletiva, na atenção dos assuntos comuns, sem convergir no Uno, sem evaporar-se em um movimento centrípeto. A multidão é a forma de existência política e social dos muitos enquanto muitos: forma permanente, não episódica, nem intersticial. Para Espinosa, a multidão (multidão) é a arquitrave das liberdades civis. (Virno, op.cit., p. 9)

Devemos ter o cuidado de não nos enganarmos, supondo que Virno reconheça, no conceito de multidão, algum tipo de "saída" para as contradições pertinentes à noção de povo. Uma vez que ela traz consigo suas próprias contradições, não se trata de preferir "multidão" à "povo", mas de buscarmos compreender, por intermédio do conceito de multidão, aspectos das relações sociais contemporâneas – "jogos linguísticos, formas de vida, tendências éticas, características fundamentais do modo atual de produção material" – impossíveis de serem compreendidos por aquele outro conceito, o de povo.

Quanto à delimitação em si do conceito, a estratégia do filósofo é a de definir multidão apenas negativamente, retirando de Hobbes – e daqueles aos quais

qualifica como os “apologistas da soberania estatal do século XVII” (VIRNO, 2013) – os contornos (na realidade a ausência ou imprecisão de contornos) daquilo “que não aceitou fazer-se *uno*”, dos muitos que persistem em estado de natureza, em sua condição pré-estatal. Deduz-se então da multidão que ela seja antipopular e que ignore qualquer unidade homogênea de vontade, interesse, forma ou constituição.

De fato, a multidão é antiestatal, “antipopular”, e confunde o desejo de configuração unitária de qualquer projeto de poder. Por essa razão, segundo Virno, o pensamento liberal, na tentativa de conferir-lhe um horizonte de ação, remete seu modo de ser ao privado – pensado não como o puramente pessoal, mas como aquele que é “privo”, de quem se subtraiu o lugar no mundo público. A multidão não dispõe de nenhuma posição, de nenhuma representatividade política; não se representa e não se faz, muito menos se permite, representar. “Os muitos estão despojados e afastados da esfera dos assuntos comuns”.

Mas, para Virno, o “eco da arcaica multidão” encontrará também no pensamento social democrático uma delimitação negativa, agora expressa por outro par, o coletivo-individual, mais especificamente no segundo termo, o da dimensão individual. Outra vez definindo a multidão por sua negatividade, ou por sua resistência em fazer-se Uno, veremos que ela é a antítese do coletivo, “a sombra da impotência, da desordem inquieta do indivíduo singular” (VIRNO, op.cit., p. 6), ou seja, “a multidão contemporânea não está composta nem de cidadãos, nem de produtores; ocupa uma região intermediária entre individual e coletivo; e por isso já não é válida, de modo algum, a distinção entre público e privado” (idem, p. 7). A impossibilidade de delimitação afirmativa dos contornos da multidão, sua resistência em se fazer “uno”, levará o filósofo à tentativa de ler o referido fenômeno sob a chave do conceito kantiano de sublime.

Da noção de sublime matemático Virno deduzirá o caráter de ilimitado como algo que não pode ser medido, contado, ou que é absolutamente grande. A multidão é a grandeza absoluta, que só pode ser medida por si mesma. No ensaio “Mundania: a ideia de ‘mundo’ entre experiência sensível e esfera pública”, Virno indica ainda outra possibilidade: a de que o conceito de multidão seja pensado a partir de um espelhamento das noções de sublime kantiano e de maravilhamento e milagre de Wittgenstein. Ele esclarece:

A experiência do milagre a que se refere Wittgenstein em *Conferência ética* não é algo diferente do sentimento do sublime analisado por Kant em *Crítica do juízo*. Não se trata de simples analogia, mas de identidade que se constata até mesmo nos detalhes. O milagre e o sublime pressupõem igual estado de espírito ou, caso se prefira, se referem à mesma ideia de mundo. (Virno, op.cit., p. 18)

Essa identidade, para Virno, se constata pelo fato de tanto o milagre em Wittgenstein quanto o sublime em Kant se referirem ao ilimitado do mundo e implicarem também uma ideia de segurança, um "estar absolutamente seguro" que extrapola a própria existência do mundo. Evidencia-se ainda no fato de se constituírem, ambas as experiências, em "exibições" negativas e por defeito, e de estar em jogo, em ambos os casos, o sentimento de desprazer, "ou melhor, um desprazer que traz em si o próprio antídoto". Em síntese,

[...] como sabemos, para esclarecer o conceito de milagre, Wittgenstein evoca duas experiências diversas. O maravilhamento da existência do mundo diz respeito sobretudo à nossa faculdade de conhecer, ou melhor, instala-se próximo a seus limites. Já a convicção de estar totalmente em segurança, 'não importa o que aconteça', relaciona-se com nosso destino prático. Essa bipartição corresponde exatamente à subdivisão kantiana do sublime em suas duas espécies fundamentais: matemático e dinâmico. (Virno, op. cit., p. 22)

[...] Matemática maravilha, segurança dinâmica. Grandeza que apela à causa da existência, potência que dá acesso à ética: a unidade ou interação recíproca entre esses dois aspectos constitui, como veremos, a pedra angular da ideia de mundo. (idem, p. 24)

A aproximação entre sublime e milagre, Kant e Wittgenstein, é bastante estratégica para Virno porque, ao realizá-la, o filósofo não só reforça uma série de aspectos da multidão presentes nas definições do juízo estético do sublime, mas faz com que esses aspectos vigorem não apenas no campo da estética ou da faculdade de julgar, mas também no campo da linguagem. É assim que o inconformável da multidão, próprio à sua "natureza" sublime, se tornará também o inconformável da linguagem. Ou, em outras palavras, que "a totalidade do mundo, [coincidirá] com a totalidade da linguagem".

É esse movimento o que permite a Paolo Virno pensar a vigência do sublime não a partir dos exemplos de Kant, retirados da natureza, mas no seio da lógica de produção contemporânea, no modo de ser das relações políticas e nas formas imprecisas de organização, ou "des-organização", das relações sociais no pós-fordismo. É isso o que, em última análise, possibilita o deslocamento do juízo estético do sublime, da potência e da grandeza dos fenômenos naturais, para o modo

de ser dos muitos na sociedade pós-fordista, sem precisar apelar à tradicional analogia entre sublimidade e tragicidade, por exemplo.

Daí advém que a multidão seja absolutamente grande, que resista a toda e qualquer tentativa de formalização e que, em vista disso, seja imprevisível. A multidão é um indivíduo social; curiosamente, porém, a razão, porque não pode ser dividida, não é sua rigidez absoluta, seu perfeito acabamento, sua universalidade absoluta e acabada. Pelo contrário, o que define a sua individualidade é a sua natureza ilimitada: poderíamos dizer, sua absoluta multiplicidade.

A multidão não se contrapõe ao Uno. Ao se constituir numa região entre o individual e o coletivo, ela o re-determina. Para Virno, o Uno da multidão deve ser visto como a base mesma que autoriza a diferenciação e que consente a existência político-social dos muitos enquanto muitos (VIRNO, op. cit., p. 13). Sob a lógica da multidão, não podemos mais compreender o modo de agir dos muitos por via de unidades pacificadora, tais como a noção de estado, por exemplo. O Uno da multidão é a linguagem, o intelecto geral e as faculdades comuns do gênero humano.

Do “sublime dinâmico”, por outro lado, também deduzirá o caráter “imprevisível” da multidão e sua familiaridade com o sentimento de impotência que experimentamos frente às ameaças diante do espetáculo das grandes potências destruidoras da natureza. Da analogia com o sublime dinâmico, Virno retirará aspectos de grande relevância para pensarmos a respeito do modo de ser dos muitos, no contexto atual da multidão.

Mencionei Kant por um único motivo: ele oferece um modelo muito nítido do modo no qual foi concebida a dialética temor-proteção nos dois últimos séculos. Há uma rude bifurcação: por uma parte, um perigo particular (a avalanche, a má vontade evidente na atenção do Ministério do Interior, a perda do posto de trabalho, etc.); e por outra, em troca, o perigo absoluto associado a nosso estar no mundo. (Virno, 2013, p. 15-16)

Não se trata da mera diferença em relação ao grau com que nos afligem o perigo particular e o perigo absoluto. A relevância em atentarmos para os dois modos de compreensão daquilo que potencialmente nos ameaça está, na verdade, justamente no fato de que cada um dos tipos de temor se manifesta segundo uma tonalidade particular, o primeiro nos infringindo medo e o segundo angústia, e a cada uma das tonalidades corresponde uma forma específica de busca por proteção.

Ou seja, às duas formas de risco (e de temor) correspondem duas formas de proteção (e de segurança). Frente a um perigo objetivo, temos remédios concretos aos quais podemos recorrer (por exemplo, no caso de uma inundação, buscamos um lugar alto e abrigado, para evitar roubos, trancamos as portas da casa etc.), mas de um perigo absoluto e genérico, como podemos nos proteger?

Partindo dessa distinção "tonal" (perigo particular, objetivo e perigo absoluto, generalizado) Virno enxerga, no prolongamento da distinção kantiana entre as duas formas de temor, a raiz da distinção heideggeriana dos sentimentos de medo e angústia. O medo diria respeito ao perigo particular, aquele referente ao qual podemos nos precaver, criar estruturas de proteção, hábitos, normas de convivência, sistemas de segurança, leis etc. Já a angústia é "provocada pela simples e pura exposição ao mundo". A angústia aparece frente ao que não nos é familiar, ela se estabelece quando nos encontramos diante do que nos é estranho e do que não pode ser "protegido" por nossos "costumes compartilhados". "Fora da comunidade o perigo é ubíquo, imprevisível, constante: em suma, angustiante", afirma Virno. A angústia é "multilateral", porque o perigo do qual ela se origina pode estar em toda parte, é estranho e imprevisível.

Antes que pudéssemos confundir o conceito de multidão com um conceito de "salvação" e nos vermos seduzidos pela ilusão de uma sociedade contemporânea que, por seu caráter sublime, viesse a "vencer" os limites e entraves da lógica unitária imposta "aos muitos" pela ideia de povo, Virno nos adverte com o fato de que também a multidão traz seus perigos, e já aponta para um dos principais deles: na multidão, todos se sentem irremediavelmente "fora de casa". A multidão é sempre uma multidão de estrangeiros.

A razão para que o ritmo dos "avanços" tecnológicos e das transformações e inovações sociais não nos espante mais é justamente o fato de termos nos acostumado a viver sem "costumes sólidos", prontos para nos adaptarmos às mais repentinas mudanças, sempre "expostos ao insólito e ao imprevisto".

Por outro lado, à medida que construímos nosso cotidiano em meio a um mundo em constante transformação, onde não há mais nenhuma "estrutura" prévia que garanta o êxito da nossa existência social, e que só podemos contar com a nossa pura capacidade de lidar com o imprevisto, a capacidade de nos adaptarmos e improvisarmos frente aos "desafios" da vida, não há mais também distinção entre

um ambiente "comunitário" seguro e previsível e um ambiente externo, infamiliar e imprevisível.

Pois bem, a linha divisória entre medo e angústia, temor relativo e temor absoluto, é precisamente aquilo que está deteriorando-se. O conceito de "povo", se bem que com múltiplas variações históricas, está ligado à separação clara entre um "dentro" habitual e um "fora" obscuro e hostil. O conceito de "multidão", ao contrário, está unido ao fim de dita separação. A distinção entre medo e angústia, e entre resguardo relativo e resguardo absoluto, ficam privadas de fundamento. (Virno, 2013, p. 16-17)

A linha divisória entre particular e absoluto, entre o perigo que vem de dentro e o perigo que vem de fora, entre dentro e fora, se esfacela, e passamos a experimentar "o que nos ameaça" como uma sobreposição de medo e angústia. Virno nomeia esse sentimento de sobreposição como "perturbação". A multidão é perturbada pelos perigos que a ameaçam e pela falta de *sensus communis*, pela ausência de "comunidade substancial" que lhe defina.

A perturbação que assola o modo de ser dos "muitos enquanto muitos" elimina a distinção entre o caráter público do medo e o privado da angústia. Se nos acostumamos a conceber o medo como um sentimento coletivo, referente a um perigo que dizia respeito a muitos e a angústia como algo que se referia à interioridade de um sujeito isolado, também aqui a separação entre dentro e fora não faz mais sentido, visto que, na multidão, "toda forma de vida experimenta aquele 'não se sentir em sua própria casa' que, segundo Heidegger, é a origem da angústia. De modo que não há nada mais compartilhado e comum, em certo sentido, mais público, do que o sentimento de 'não se sentir em sua própria casa'" (VIRNO, op. cit., p. 18).

Lembremos-nos, todavia, de que o filósofo está tratando do problema do medo desde a relação dialética temor-proteção; quer-se dizer com isso que a todo temor que nos assola existe uma tomada de posição particular que pretende instituir uma proteção correspondente. Essa questão ganha contornos ainda mais significativos se assumirmos, tal como Virno, que, na realidade, não é fato que primeiro identificamos um perigo para, a seguir, buscarmos uma proteção correspondente; pelo contrário, antes de qualquer coisa, de qualquer perigo efetivo, estamos sempre envolvidos com a tarefa de nos protegermos.

É a partir do movimento de busca por proteção que, analisando os diversos ambientes e situações, identificamos o que pode eventualmente vir a nos ameaçar.

Tendo em vista o aniquilamento entre o "dentro e o fora", no contexto da multidão, o que nos ameaça não é mais algo que possa ser previsto, mas, algo incerto, imprevisível, que pode vir de qualquer lugar. Nosso desejo, portanto, de proteção, sem dispor de um objeto que possa ser circunscrito, cria as condições para o que Virno denomina de "perigosas proteções".

Não vamos nos ater aos inúmeros exemplos possíveis de "perigosas proteções" erigidas pelo mundo afora ou mesmo no Brasil recente, por não se tratar de tema central da presente discussão, mas não seria difícil lembrarmos da quantidade de vezes em que um "inimigo" absolutamente desconhecido deu curso à "produção" de uma proteção verdadeiramente ameaçadora. A nós, importa-nos, contudo, para pensarmos o caráter linguístico da produção, avançarmos na reflexão a respeito dos recursos com os quais a multidão "pode contar para proteger-se da periculosidade do mundo", porque dessa maneira nos aproximaremos do aspecto da multidão que particularmente nos interessa.

Tal movimento nos importa porque esse aspecto da multidão, que se manifesta de maneira exemplar no acontecimento DASPU e expressa a dimensão propriamente política do modo de produzir do trabalhador virtuoso, se faz presente, não só na lógica de produção da moda contemporânea, mas em toda a forma de produção pós-fordista. Voltaremos nossa atenção, então, para a característica da perda dos "lugares comuns" da fala, própria ao modo de ser da multidão.

1.2.2 A moda e seu lugar comum

Para darmos continuidade à nossa reflexão, faz-se importante compreender a abordagem que Paolo Virno dá ao conceito de "lugares comuns" da fala e, para tanto, precisamos abordar esse conceito em contraposição ao de "lugares especiais", *Topoi Koinoi* em oposição a *Topoi Idioi*. Essas denominações são emprestadas por Virno de Aristóteles e desejam dar conta de duas "dimensões" particulares da fala. Vejamos primeiro os lugares comuns, que

são a forma lógica e linguística de valor mais geral, também, a estrutura óssea de todo nosso discurso, aquilo que possibilita e ordena qualquer locução particular. São comuns, ditos lugares, porque ninguém (tanto o orador refinado como o embriagado que, a duras penas, emite palavras entrecortadas; o comerciante como o político) pode deixá-los de lado. (Virno, op. cit., p.19-20)

Trata-se daquilo que não aparece na fala. São a trama não-aparente da linguagem. Conferem à linguagem sua estrutura, garantem sua existência potencial, mas permanecem ocultos durante o ato de falar. O que aparece na fala são justamente os lugares especiais, a respeito dos quais nos diz Virno:

são os modos de dizer – metáforas, sutilezas, alocuções etc. – que somente se desenvolvem junto a um ou outro âmbito da vida associada. “Lugares especiais” são os modos de dizer/pensar que resultam apropriados numa sede partidária, ou na igreja, ou em uma aula universitária, ou entre os aficionados de um time de futebol etc. A vida da cidade, como o ethos (hábitos compartilhados), articula-se mediante “lugares especiais”, diversos e com frequência inconciliáveis. Uma certa expressão funciona aqui, mas não ali, um tipo de argumentação serve para convencer a este interlocutor, mas não àquele etc. (idem, p. 20)

Falar, portanto, da dissolução dos lugares especiais da fala significa afirmar que não podemos mais nos orientar e nos proteger no mundo apelando para formas de raciocínio ou de narrativas fixadas em algum lugar particular. Não podemos mais nos apoiar na igreja, na fé, no Estado, na lei, no sindicato, e só para forçarmos limites não aludidos por Virno, mas que nos interessam especificamente, não podemos mais nos apoiar também na ideia de um campo ou sistema da moda, mercado consumidor, público-alvo e assim por diante.

As transformações que enfrentamos podem ser resumidas assim: hoje, os “lugares especiais” do discurso e da argumentação se decompõem e se dissolvem, enquanto adquirem uma visibilidade imediata os “lugares comuns”, quer dizer, a forma lógico-lingüística que alinhava todos os discursos. Isto significa que para nos orientarmos no mundo e proteger-nos de seus perigos já não podemos contar com as formas de pensamento, de raciocínio, de discurso que se assentavam em um ou outro contexto particular. O clã dos fanáticos, a comunidade religiosa, a seção do partido, o posto de trabalho: todos estes “lugares”, obviamente, continuam subsistindo, mas nenhum deles, caracterizado e caracterizador de tal modo, é capaz de oferecer uma “rosa dos ventos”, isto é, um critério de orientação, uma bússola confiável, um conjunto de hábitos específicos, de modos específicos de dizer/pensar. Em todas as partes e em toda ocasião falamos/pensamos de um mesmo modo, sobre a base de construções lógico-lingüísticas, tanto fundamentais como gerais. Desaparece uma topografia ético-retórica. Aparecem em primeiro plano os “lugares comuns”, esses descarnados princípios da ‘vida da mente’: a relação entre mais e menos, a oposição dos contrários, a relação de reciprocidade etc. Eles, e somente eles, podem oferecer um critério de orientação, e, portanto, alguma proteção ao curso do mundo. (idem, p. 20)

Coloca-se em evidência aqui a razão pela qual a “morte da moda”, lamentada por Edelkoort, não passa por um fracasso estratégico do campo ou sistema, e sim pela dissipação de seus lugares especiais, pela ausência de um lugar seguro a partir do qual o gosto e o consumo do vestuário possam convenientemente se orientar.

As instituições da moda, os seus agentes legitimadores, continuam a existir. Os sistemas de significação, as formas privadas e coletivas de atribuição de sentido ao vestuário continuam a operar; o que muda, criando um "descompasso" entre instituições da moda e maneiras de viver, é o fato de que as formas de legitimação dessas narrativas encontram cada vez menos lugar em meio à vida dos "muitos", em meio a seu modo de agir e sua lógica de produção, dado que, no contexto atual da multidão, nenhum lugar se sustenta mais como meio seguro de acolhimento e disciplina.

Mas, então, se os lugares especiais se dissolveram, se não podemos mais recorrer a nenhuma daquelas tópicas nas quais costumávamos encontrar conforto e abrigo, e o sentimento coletivo do medo se confunde agora com a nossa própria angústia pessoal e se manifesta como perturbação, como poderemos nos "salvar" daquilo que nos ameaça e ao mesmo tempo escaparmos do risco das "perigosas proteções"? Segundo Virno, recorrendo precisamente ao que nos resta, os lugares comuns da fala.

Na prática, em que consistem esses lugares? Faz-se necessário aprofundarmos a questão. Os lugares comuns, para Virno, não são outra coisa que "o núcleo fundamental da vida da mente". Para o filósofo, o ponto crucial a ser investigado é o pressuposto de que, no contexto atual do modo de ser dos muitos enquanto muitos, não só a angústia abandonou a dimensão privada dos indivíduos, mas a própria vida da mente se tornou pública e precisa ser compreendida por intermédio de conceitos tais como o de "intelecto geral" de Marx ou de "*nous poietikos*" de Aristóteles.

A vida da mente, a atividade intelectual, se tornou, contrariando o caráter eminentemente privado que aprendemos a atribuir ao pensamento, "intelecto público". O cerne da atividade intelectual pública é a linguagem, não como forma de codificação, não como instrumental semântico, mas como a pura potencialidade dos falantes. Caberia-nos, portanto, compreendermos o papel da linguagem em geral como recurso apotropaico da multidão. Movimento que nos interessa, de fato, porque, inclusive, a partir dele, desejamos pensar no caráter linguístico da moda contemporânea e, por extensão, no lugar exemplar do acontecimento linguístico DASPU para a compreensão do aspecto político do trabalhador virtuoso no pós-fordismo.

1.3 Quando a moda se faz carne

1.3.1 O caráter mundano da palavra

A investigação de Paolo Virno acerca do "verbo que se faz carne"³, na obra *When the word becomes flesh* (VIRNO, 2015), parte de uma comparação de Saussure⁴ entre a linguagem e uma sinfonia. Virno deduz que se a linguagem pode ser pensada como uma sinfonia, tal como sugere Saussure, o falante deve ser considerado, então, como um tipo de performer. De fato, podemos identificar algumas semelhanças entre a ação de um falante e a de um performer. Por exemplo, nem o executar de uma partitura musical nem o falar redundam na produção de um objeto externo e distinto do próprio ato de tocar ou falar e, portanto, em termos marxianos, ambos poderiam ser reconhecidos como atividades virtuosas.

Mas as semelhanças não se encerram por aí. Destaca-se também o fato de que o performer, tal como um trabalhador virtuoso, precisa do seu corpo e depende da presença do outro para realizar seu trabalho. Ou seja, da mesma forma que o garçom só realizará seu trabalho de servir mesas na hipótese de existirem pessoas presentes para "consumirem" seu serviço, o trabalho de um pianista, ou de um ator-performer, só se efetivará com a presença do público para quem possa se exhibir. Também assim acontece ao falante, cujo trabalho só se realizará mediante a presença de um outro (real ou hipotético) que lhe seja o receptor da fala.

Há, porém, uma diferença que precisa ser destacada entre a ação do falante e a do performer. No segundo caso, sua "tarefa" é realizada de acordo com um objeto externo (uma partitura, um roteiro, um texto dramático) que determina as regras para o seu agir. Já no caso do falante, todavia, não existem objetos externos que lhe determinem. Suas regras serão sempre arbitrárias.

Precisamente por falar sem roteiro (ou regras) prévio(as), o falador é, na realidade, o mais radical dos performers. Não seria, então, nem mesmo o caso de se supor o falante como um tipo de performer e a linguagem como um tipo de

³ Uma alusão do autor ao poder criador da palavra, expresso pelo texto do evangelho de São João cap.1: 1-18: "No princípio era o Verbo, e o Verbo estava com Deus, e o Verbo era Deus. Ele estava no princípio com Deus. Todas as coisas foram feitas por intermédio dele, e, sem ele, nada do que foi feito se fez [...] E o Verbo se fez carne e habitou entre nós".

⁴ "Language is comparable to a symphony in that what the symphony actually is stands completely apart from how it is performed." (Saussure apud Virno, 2015)

sinfonia. O mais justo seria, ao contrário, considerarmos que a sinfonia e o performer é que se comportam tal como a linguagem e o falante.

Porque é da natureza humana falar, a fala não é um meio instrumental de comunicação, sedução etc. A linguagem é a própria natureza do "animal humano". Não foi em razão de precisar se comunicar que o homem desenvolveu uma técnica comunicacional chamada linguagem. A linguagem humana, para Virno, é igual à própria vida humana.

Nesse sentido, a teatralidade cênica do ator apenas espelha a teatralidade própria à vida, onde o único roteiro a ser seguido é a própria potencialidade amorfa da linguagem. Falar é, no final das contas, uma forma de aparecer que se opera, pura e simplesmente, por meio da voz significante. Essa teatralidade "própria" à fala não é ocasional, mas constitutiva e insuperável, e nos mostra que a linguagem não é nem episteme e nem poiésis, mas práxis. E isso é o que torna, para o filósofo, todo falante um político.

A política não é uma forma de vida entre as muitas, ligada a um jogo de linguagem específico, como acreditam alguns pensadores wittgensteinianos excessivamente prudentes. Não encontra suas raízes em uma região circunscrita de atividade verbal, mas é inerente ao próprio fato haver linguagem. A configuração biológica que nos permite falar e agir politicamente é a mesma. Na verdade, a inclinação política da fala humana constitui o pressuposto para todas as diferentes formas de vida e jogos de linguagem (dentre os quais, é claro, os cognitivos e produtivos se destacam por sua importância), o estudo da linguagem como órgão biológico da práxis pública não é uma tarefa marginal da qual poderíamos participar durante nosso tempo de lazer, quando o trabalho de "verdade" já tiver sido feito, mas o cerne de todo questionamento sobre a natureza humana. (Virno, 2015, p. 42, tradução nossa)⁵

A própria política, para Virno, advém do fato de dispormos de linguagem. Ao falar, o sujeito se coloca no mundo e assim se faz visível (público). Antes de ser político, o homem precisou ser linguístico. Portanto, para compreendermos a natureza política do homem faz-se necessário que compreendamos a linguagem como uma "condição" biológica para a práxis pública. Exatamente por isso, essa

⁵ "Politics is not a form of life among many, tied to a specific language game, as is believed by some excessively prudent Wittgensteinian thinkers. It does not find its roots in a circumscribed region of verbal activity, but is inherent to the very fact of having language. The biological configuration that allows us to speak and to act politically is one and the same. If anything, the political inclination of human speech constitutes the one presupposition for all different forms of life and language games (among which, of course, the cognitive and productive ones stand out for their importance). The study of language as biological organ of public praxis is not a marginal task that we could attend to during our leisure time, when the real work has been done, but the crux of every inquest on human nature".

condição não pode ser confundida com uma capacidade puramente comunicativa, porque a dimensão política da linguagem não está no conteúdo das enunciações, mas no próprio ato corporal (biológico) de mostrar-se por meio da fala. É a própria dimensão significativa, a simples capacidade fisiológica de emitir sons o que nos coloca no mundo público, e não a dimensão semântica das palavras.

Mas como é possível que a dimensão puramente fisiológica da linguagem, e não o seu conteúdo semântico, seja a matéria da vida política? Virno reconhece que no dia a dia, em meio ao conjunto de tarefas "comunicacionais" com as quais nos vemos envolvidos, tendemos a perder de vista a própria linguagem, atendo-nos pura e simplesmente ao conteúdo anedótico dos enunciados. Mas também chama atenção para o fato de que há muitos casos nos quais o que está em jogo é o próprio fato-de-falarmos, e não os conteúdos do que é dito, e é justamente nesses casos que podemos encontrar o sentido da linguagem como condição biológica para a política. Investigando então esses casos especiais, o filósofo buscará elucidar a ideia de uma constituição linguística da política e revelar o caráter político de toda produção contemporânea.

Mas que acontecimentos seriam esses, aos quais poderíamos recorrer para pensar a linguagem e sua relação com um corpo que se torna público por meio da voz? Virno se referirá, a título de exemplo, a dois casos de "jogos de linguagem", nos quais, ao que parece, o sentido do que é dito não tem a menor importância, fixando a atenção no próprio ato de falar em si, a saber, as falas estereotipadas e a repetição mecânica de sentenças:

Muitas são as técnicas que garantem que costumamos esquecer, ou colocamos entre colchetes, o conteúdo semântico da enunciação, ao mesmo tempo em que enfatizamos o simples fato de estarmos enunciando. A repetição mecânica da mesma frase (vamos pensar sobre a ecolalia, por exemplo, que encontramos em todas as conversas comuns e não apenas em suas manifestações infantis ou patológicas) que obscurece – ou deveríamos dizer, sacrifica – a mensagem comunicativa, deixando soltas as rédeas do evento constituído pelo próprio ato de fala. Também é verdade para fórmulas estereotipadas como "buongiorno" ou "How are you?". (Virno, op. cit., p. 47, tradução nossa)⁶

⁶ There are many techniques that insure that we forget, or bracket, the semantic content of the enunciation while stressing the simple fact that we are enunciating. The mechanical repetition of the same sentence let's think about echolalia, for instance, that we find in all ordinary conversations, and not only in its childish or pathological manifestations) obscures – or should we rather say, sacrifices – the communicative message, leaving free reign to the event constituted by the speech act itself. This is also true for some stereotypical formulas, such as 'buongiorno', or 'How are you?'

O que torna esses jogos de linguagem particularmente importantes para Virno é nos encontrarmos diante de formas de falar que desprezam o conteúdo semântico e patrocinam apenas a evidenciação de uma presença falante. Esse fenômeno se manifesta de maneira bastante evidente, por exemplo, no solilóquio infantil, prática na qual a criança repete palavras desconexas em voz alta, sem que essa enunciação pretenda ou produza qualquer ordem de sentido, mas, também, na glossolalia, presente nos cultos pentecostais, onde o participante, supondo-se especialmente tomado pela presença do divino, ao pronunciar palavras desconhecidas, se compreende capaz de falar na "língua dos anjos".

Há, ainda, todavia, formas menos evidentes desses jogos de linguagem presentes nas falas cotidianas protocolares, nas quais importa mais a ritualidade do trato social (saudar, cumprimentar etc.) do que propriamente o conteúdo semântico específico da fala. Ou seja, não importa exatamente o que podemos querer dizer por: como vai, bom dia, boa noite, saúde, olá etc., e sim que, com essas falas, desempenhamos um papel específico, num determinado contexto social.

Na ausência de um conteúdo semântico legitimador daquilo que é dito, o que prevalece é a prática de um tipo de comunicação da própria comunicabilidade genérica, fundamento e condição de possibilidade de tudo quanto venha a ser dito.

A fala, nesse caso, "não reflete um certo estado do mundo, mas conflui um evento". Para Virno, todavia, esse evento não é vazio e desprovido de função, pelo contrário: ele se torna, precisamente, único "na medida em que consiste simplesmente na inserção do discurso no mundo". O que se partilha nesse tipo de "troca" verbal é o testemunho da capacidade humana em geral de falar.

É claro que toda fala revela um corpo falante e não só aquelas manifestas pelos "jogos de linguagem". Frente, porém, a esse tipo peculiar de enunciação, que destoa das formas ordinárias de fala, essencialmente dependentes da produção de sentidos, o que se expõe não é o conteúdo de uma mensagem, mas o simples fato de haver alguém "ali" presente falando. A virtude da ecolalia, da glossolalia ou das falas meramente protocolares, é a de nada terem a dizer. E é isso o que nos coloca de frente com a própria faculdade de falar.

Mas não são somente esses os casos em que o ato de falar aponta para a linguagem de forma potencial. Há outros casos também nos quais o ato de falar não se separa da ação que ele próprio enuncia,

John L. Austin chama de performativos enunciados como "eu tomo essa mulher como minha esposa", "eu batizo esta criança, Luca", "eu juro que venho a Roma", "aposto que o Inter vencerá o campeonato". Quem diz essas palavras não descreve uma ação (um casamento, um batismo, uma promessa, uma aposta), ele as executa. Não fala sobre o que está fazendo, faz algo falando. (Virno, op. cit., p. 49, tradução nossa)⁷

Todas essas expressões, bem como outras ainda às quais o filósofo fará alusão – "eu vos declaro...", "eu lhe ordeno que saia", "eu te perdoo" etc. – são enunciações performativas porque não explicam ou narram uma ação, mas realizam uma ação que, de fato, só pode ser realizada por meio da fala.

Somente por meio de um ato da fala é possível ordenar a alguém que saia ou declarar o perdão a outra pessoa. A ação de conceder perdão coincide com a ação de enunciar "eu te perdoo", da mesma forma como a ação de emitir uma ordem coincide com a enunciação de "eu te ordeno". Não é como afirmar "eu me alimento" ou "eu sinto frio". Nos exemplos apresentados por Virno, não há separação entre o conteúdo semântico da fala e a própria fala a ser proferida. E nesse caso, então, também o ato de falar e a faculdade geral de fala se impõem sobre a prática comunicacional.

Haveria, entretanto, um exemplo ainda mais "perfeito" de enunciação performativa. Trata-se da enunciação "eu falo". Porque no caso de "eu vos declaro..." ou de qualquer outro dos exemplos elencados, o ato da fala é imprescindível para a realização da ação, mas, no caso de "eu falo", o ato de falar é o próprio conteúdo da ação. Assim, para Virno, o "Eu falo" se constituiria como um "performativo absoluto", dentre outras razões porque somente "Eu falo" é completamente auto-referencial [...]. (Virno, op. cit., p. 50, tradução nossa)⁸

O caráter estritamente excepcional do aparecimento da elocução "Eu falo" leva o filósofo até mesmo a questionar se, de fato, valeria a pena gastar tempo com esse tipo de acontecimento. Parece-lhe, entretanto, muito importante examinar a elocução performativa "Eu falo", por ser justamente esse o caso (o performativo absoluto) por meio do qual se pode compreender "as inúmeras formas linguísticas em que o que nós falamos recua ao fundo, enquanto o fato de falar vem à frente".

⁷ "John L. Austin calls performative enunciations such as "i take this woman as my wife," "i baptize this child Luca," "i swear i'll come to Rome," "i bet that Inter will win the championship." Those who say these words don't describe an action (a wedding, a baptism, a promise, a bet), they execute it. They don't talk about what they are doing, they do something by talking"

⁸ because only "I speak" is completely self-referential.

A atenção despendida para a elocução "Eu falo" justifica-se pelo fato de que somente por seu caráter performativo absoluto se pode lançar luz à compreensão da estrutura e funcionamento da função fática da linguagem.

Isso se dá em razão de o performativo absoluto ser a própria forma lógica daqueles jogos de linguagem aos quais fizemos alusão anteriormente, e por se constituir como raiz dos dois tipos de ocorrências absolutamente importantes para a "ontogênese do animal humano" aos quais nos referimos acima, a saber: a linguagem egocêntrica das crianças e a linguagem religiosa.

Virno buscará explicitar a natureza peculiar da enunciação "eu falo" e reconhecerá, em primeiro lugar, que esse tipo de "performatividade" do ato de fala já está prevista tanto pelo conceito de "ato ilocutório", de John Langshaw Austin, quanto de "verbos delocutivos", de Emille Benvenieste.

Em ambos os casos, trata-se justamente de reconhecer a possibilidade de uma fala que realiza uma ação e que altera um determinado estado de coisas no mundo. "Eu vos declaro marido e mulher", "eu prometo", "eu te abençoo", "eu te conjuro". Todas essas expressões, bem como outras de idêntica natureza, já se caracterizam por não se tratarem de explicações ou remissões a determinados atos, mas da própria realização de um ato por intermédio de uma enunciação.

Entretanto, a efetividade performativa dessas elocuições depende de algumas condições, digamos assim, de legitimação. É claro que qualquer um que enuncie "eu vos declaro isso ou aquilo" está realizando com a fala o ato de declarar; todavia, a legítima efetividade do enunciado só se constituirá se, e quando, o locutor dispuser de aceitação e reconhecimento para a promoção daquele ato.

Só quem pode conferir "performatividade" à enunciação – "eu te ordeno" – é aquele que dispõe de reconhecida "autoridade" para ordenar. Um padre ao enunciar "eu o batizo Pedro" a um pedaço de pedra não realizará efetivamente o ato de batismo, porque o batismo de pedras não está "previsto" pelos sacramentos da igreja. Também assim, somente o juiz ou um júri com atribuição legal para julgar a causa pode tornar alguém culpado ou inocente ao enunciar a sentença "eu o declaro inocente (ou culpado)". Em todos esses exemplos, vigora o fato de que a aceitação, a autoridade, o direito, a força, enfim, o contexto legitimador extralinguístico é o que garante a real performatividade do enunciado.

É precisamente aí que reside a diferença que Virno pretende salientar com relação à simples enunciação "eu falo". Ao afirmar "eu falo", o sujeito não faz nada

além de pura e simplesmente falar. Dizer "eu falo" traz a fala ao mundo de maneira deliberada e incondicionada. Não depende do interesse, do desejo ou do direito de realização da fala. Diferente da afirmação "eu te ordeno" ou "eu te declaro", ao dizer "eu falo", o ato de falar se constitui de modo incondicionado.

Diferentemente dos exemplos anteriores (do padre, do júri etc.), no caso do enunciado "eu falo", a ação sempre se cumprirá. Sempre que digo "eu falo", a ação de falar já se realiza perfeitamente. O performativo absoluto não precisa de legitimação externa e nunca deixará sem efeito a ação que enuncia. Por essa razão, para Virno, somente "eu falo" realizaria um ato performativo puramente linguístico.

Curiosamente, porém, esse ato puramente linguístico do performativo absoluto – "eu falo" –, ao remeter simplesmente à fala em si, deixando em segundo plano o conteúdo semântico do enunciado, e, portanto, ilustrando a simples potencialidade humana da linguagem, não redundaria em pura abstração. Pelo contrário, o que se evidencia no performativo absoluto é o caráter fisiológico geral da faculdade linguística:

O performativo absoluto baseia-se na emissão de um som articulado. Ele enfatiza os traços fisiológicos da fala humana. A voz se torna uma determinação conceitual, a respiração um ápice lógico. Se considerarmos isso de perto, vemos que nenhuma das enunciações performativas usuais pode ser pensada silenciosamente ou simplesmente emudecida no diálogo interno da alma. Para que sejam eficazes, frases como "eu tomo essa mulher como minha esposa", "aposto que o Inter terminará na série B", "eu saúdo você", necessitam de uma vocalização completa e adequada. Uma elocução fônica é a condição necessária de toda enunciação destinada a realizar uma determinada ação por si mesma. (Vino, 2015, p. 54, tradução nossa)⁹

A linguagem, posta em ato por meio da ação significativa da fala, não é atividade intelectual "abstrata" (muito menos algo interior à mente): é corporal e física. A fala que nos coloca no mundo não se produz "no cérebro", mas na epiglote, concluirá Virno. No performativo absoluto, a "execução" de sons articulados não exprime somente o caráter potencial da linguagem (a possibilidade humana indeterminada de dizer alguma coisa), mas, também, o caráter fisiológico da faculdade linguística.

⁹ The absolute performative rests on the emission of an articulated sound. It emphasizes the physiological traits of human speech. The voice becomes a conceptual determination, the breath a logical apex. If we consider this closely, we see that none of the usual performative enunciations can be thought of silently, or simply muttered away in the internal dialogue of the soul. If they want to be effective, sentences such as "i take this woman as my wedded wife," "i bet that Inter will end up in the B series," "i salute you," demand a complete and adequate vocalization. A phonic elocution is the necessary condition of every enunciation directed at performing a certain action all by itself.

A forma como respiramos, o modo como abrimos a boca, as contrações do diafragma, o movimento da língua empurrada contra os dentes (o fisiológico) "representam a cada momento o poder de falar (o lógico)" (VIRNO, 2015, p. 56, tradução nossa). Os atos de fala nunca ocorrem separados de um corpo vivo. O performativo absoluto "tem o poder mágico de nos trazer de volta à condição de falantes, enquanto falantes".

1.3.2 Corpo, multidão e linguagem pública

Com o pressuposto de que o performativo absoluto, por sua natureza fisiológica, provoca a presença de um corpo falante, Virno subverte a repartição do coletivo e do particular, presentes nos conceitos saussurianos de língua e fala, e que servem como base para a discussão de Roland Barthes sobre a moda, segundo o qual a língua expressaria a dimensão mais genérica da linguagem e a fala, a dimensão mais privada.

Reconhecemos, no performativo absoluto, que o processo de individuação se dá na fala, não em virtude das qualidades subjetivas do falante, mas em virtude de expressar, paradoxalmente, um nível de generalização que ultrapassa até mesmo o caráter coletivo da língua em direção à própria capacidade genérica de falar do animal humano. O "mais geral", todavia, se dá no corpo, lugar da condição genérica de fala de qualquer sujeito, independente de limites sociais ou coletivos.

Está no corpo de cada um a mais genérica das condições (a condição fisiológica de fala) que informa a presença singular de um falante e que o faz por meio de um conjunto de articulações biológicas (respiração, posição da língua, abertura da boca etc.) impossível de ser repetida de modo idêntico por outro corpo. Para Virno, a voz é como que um tipo de feitiço que tem o poder de nos colocar no mundo. Um tipo de encantamento que retira do mais genérico da linguagem, a capacidade de fazer aparecer um corpo individuado.

No prazer infantil por brincar com a sonoridade das palavras Virno reconhece uma preferência por puramente experimentar a linguagem em detrimento de conduzir a fala a um regime de sentido, e é nessa ação que identifica o processo de tomada de autoconsciência da criança como falante, resultante da "suspensão da comunicação como cadeia de signos e contrassignos, de estímulos e respostas; uma

suspensão do nexu biunívoco entre palavras e coisas e, portanto, da função denotativa [...]" (VIRNO, op. cit., p. 63, tradução nossa).¹⁰

Também na prática de orar em voz alta, na presença de outros que não compreendem o que está sendo pronunciado, o autor identifica o desejo de se fazer presente por meio da fala:

Podemos ver que isso não é diferente da oração cristã coletiva. A presença dos outros é importante porque cada monólogo precisa de testemunhas que, embora não entendam nada do que é dito, atentem para o fato da fala. O performativo absoluto encontra seu lar ideal nesse tipo de monólogo coletivo. (Virno, op. cit., p. 64, tradução nossa)¹¹

Em ambos os casos, Virno aponta para aspectos do performativo absoluto que remetem ao poder de individuação da fala por meio da sua atualização pública. A ecolalia, inclusive, seria para ele, tal como a oração em voz alta, também um tipo de prática ritual, precisamente em virtude da necessidade da presença do outro.

Na ausência de um conteúdo semântico comunicável, o que se revela, em ambos os casos de monólogo público, é a habilidade linguística em geral que acaba por se encontrar velada pelos atos de fala correntes da vida cotidiana. É assim que o ato de falar se manifesta aqui como algo mais geral do que a própria língua. Mas, paradoxalmente, também, parece que somente por meio dessa ultrapassagem dos limites pré-individuais da língua, em direção a algo ainda mais geral, é que se torna possível chegar à experiência da própria individuação.

E mais uma vez, a conclusão do filósofo desafia nossos preconceitos a respeito das dicotomias do dentro e do fora, do individual e do coletivo, do privado e do público, ao afirmar que o processo de individuação não se dá no "interior" da mente ou da intimidade psicológica de cada ser humano, mas, exclusivamente, na relação e no confronto com a presença do outro, mais especificamente, no fazer-se presente frente ao outro.

¹⁰ "(...) suspension of communication as chain of signals and counter-signals, of stimuli and responses; a suspension of the biunivocal nexus between words and things and therefore of the denotative function."

¹¹ "We can see that this is not that different from the prayers of the Christian mass. The presence of others is important because each monologue needs witnesses who, although they understand nothing of what is said, nonetheless take note of the fact of speech. The absolute performative finds its ideal home in this kind of collective monologue".

É exatamente pelo fato de que esse fazer-se presente se efetua por meio da linguagem, cuja forma mais pura de manifestação é o performativo absoluto, que Virno a identifica como a condição biológica para a práxis pública.

No contexto onde se encontram desvanecidos os lugares especiais da fala, restando apenas os lugares comuns como núcleo fundamental da vida da mente, fica claro que a ideia de uma aparente excepcionalidade do performativo absoluto – que leva Virno inclusive a duvidar da utilidade de se examinar o enunciado “eu falo” – não se sustenta.

No contexto atual do pós-fordismo, uma vez que não importa mais ao trabalhador estar familiarizado com esse ou aquele "lugar especial", ou seja, essa ou aquela maneira de fazer, esse ou aquele tipo de conhecimento – digamos assim –, esse ou aquele tipo especial de enunciado, e só o que lhe resta é a sua capacidade de produzir variadas enunciações, a organização do trabalho já depende de uma competência linguística genérica (potencial, biológica, na perspectiva de Paolo Virno).

A cultura multitarefas do profissional contemporâneo coloca em evidência o fato de que o "eu falo" em geral já é o próprio conteúdo da experiência comum e que, portanto, o performativo absoluto não é nada de excepcional; pelo contrário, ocupa hoje o centro das relações sociais, na forma de uma capacidade genérica de comunicabilidade como meio de produção.

Se, todavia, a ausência dos lugares especiais funde nossos medos e angústias no sentimento de perturbação e, com isso, ficamos vulneráveis à criação das perigosas proteções, e se, ainda, por aquela mesma ausência, a dimensão disciplinar do nosso trabalho – que a despeito do que pudéssemos nos queixar, garantia pelo menos alguma segurança quanto às nossas atribuições – também se dilui numa realidade imprevisível e insegura, não se trata, porém, de buscarmos reerguer os antigos "edifícios" ou atualizar os antigos discursos hegemônicos, tal como implícito no manifesto antifashion de Edelkoort.

A "salvação" frente à instabilidade das relações de produção contemporânea somente poderá ser encontrada a partir do que nos restou, ou seja, a própria capacidade potencial (biológica) de linguagem. Será por meio dela que teremos que nos movimentar em nossa busca por proteção. A perda dos lugares especiais, nesse caso, é ao mesmo tempo o sintoma do problema e o caminho para a sua superação.

Em meio à crise constante da perda dos lugares especiais, a linguagem aparece como meio de salvação. Mas isso só pode acontecer porque, precisamente, já nos movemos pelos "lugares comuns" da fala. A perda dos lugares especiais, que nos "tira o chão", é também o meio que nos possibilita o salto em direção ao mais geral da linguagem, salto este que nos garante a ultrapassagem do pré-individual em direção à nossa própria individuação. Não é um processo que se dê de uma única vez e que não seja nunca mais repetido; pelo contrário, trata-se de um processo sempre imperfeito e inacabado, ao qual precisaremos recorrer frequentemente ao longo da vida.

Virno indica dois exemplos da vida adulta para ilustrar o caráter inacabado do processo de antropogênese. O primeiro se refere ao adulto que, em dado momento, enquanto procura por suas chaves ou tenta lembrar-se de um endereço, fala consigo próprio em voz alta. Ou ainda, no mesmo contexto, quando o sujeito adulto, diante de uma situação angustiante, repete para si frases de estímulo – você conseguirá, não desista, você é forte etc. O segundo exemplo diz respeito à prática da glossolalia, à qual já nos referimos algumas linhas acima. Interessa-lhe, mais especificamente, o acontecimento da glossolalia em meio a grandes eventos religiosos.

Já tratamos de alguns aspectos a respeito de ambos os exemplos, mas gostaríamos de nos referir ao "poder" que o filósofo atribui a esses "jogos de linguagem" de "invocar" o sujeito à sua própria presença e a autoconsciência da sua humanidade. Em ambos os casos, o sujeito adulto parece se colocar em situação de "pré-individuação" análoga à da criança, mas parece também que ele só consegue se reencontrar e retomar sua própria antropogênese por meio da aproximação com o que (em si) se mantém como "pré-individual". Mais uma vez, exemplos que parecem ilustrar acontecimentos excepcionais, em virtude da perda dos lugares especiais da fala, acabam por demonstrar aspectos gerais do modo de ser das relações sociais dos "muitos enquanto muitos".

Em meio à multidão, o homem contemporâneo precisa recorrer à repetição e ao solilóquio infantil, porque, assim como a criança, percebe-se sem nenhum lugar pré-estabelecido de onde possa partir. Para conseguirmos nos mover por esses espaços perturbadores da vida contemporânea, precisamos lançar mão daquela capacidade infantil de "falar em voz alta".

Já vimos que essa linguagem egocêntrica infantil, contrariamente às afirmações de Vygotsky, não evolui totalmente para o pensamento verbal silencioso no adulto. Muitas de suas características cruciais – precisamente aquelas que determinam o desenvolvimento da autoconsciência e o princípio da individuação – estão indissolavelmente ligadas à vocalização. Em vez disso, os sinais do solilóquio audível infantil ressurgem nas palavras atuais do orador experiente e astuto que simplesmente afirma "eu falo". Eles ressurgem nos jogos de linguagem caracterizados pela produção de performativos absolutos. Os melhores exemplos para este comportamento são os monólogos usados pelo adulto para encorajar ou admoestar a si mesmo: "Você estava errado, você não pode continuar assim", "Pare com isso", "Senhor tenha misericórdia" e assim por diante. (Virno, op. cit., p. 84, tradução nossa)¹²

O "fazer-se" humano por meio da linguagem, cuja autopercepção se dá pela primeira vez nos solilóquios infantis, não é um processo que se encerre quando do domínio técnico de uma fala madura, na vida adulta.

Em outras palavras, o caráter distintivo do *anthropos* é a repetição constante da antropogênese. O ato inaugural não desaparece em uma "alteridade anterior" totalmente arquivada, mas permanece em primeiro plano e é contemporâneo de todas as articulações concretas de nossa prática social e política. Nossa pré-história está inscrita em cada momento histórico singular. (Virno, op. cit., p. 93, tradução nossa)¹³

Há sempre um processo incompleto de antropogênese que mantém em cada indivíduo algo de "pré-individual". A fala em voz alta, presente nos momentos de angústia ou a repetição de palavras sem sentido (glossolalia) comuns a cerimônias religiosas, cumpre, de partida, como que uma função de "ontogênese invertida", em razão de nos "recolocar" na condição "pré-individual" da vida infantil, mas, por outro lado, ao final do processo, em virtude de restabelecer também a nossa condição individual de falante, funciona como um tipo de "ontogênese ritualmente duplicada".

Como conferir, todavia, uma dimensão prática à ideia de uma conexão entre a repetição apotropaica e formas objetivas de "salvação" por meio da potencialidade

¹² We have already seen that infantile egocentric language, contrary to Vygotsky's assertions, doesn't fully evolve into adult, silent verbal thought. Many of its crucial characteristics - precisely those that determine the development of self-awareness and the principle of individuation - are indissolubly tied to vocalization. Instead, the stigmata of audible infantile soliloquy resurface in the actual words of the experienced and astute speaker who simply affirms "I speak." They resurface in the language games characterized by the production of absolute performatives. The best examples for This behavior are the external monologues used by the adult to encourage or admonish him or herself: "You were wrong, you can't go on like this," "Stop it," "Lord have mercy" and so on.

¹³ In other words, the distinctive character of the *anthropos* is the constant repetition of anthropogenesis. The inaugural act does not disappear in a fully archived "previous otherness", but remains in the foreground and is contemporary of all the concrete articulations of our social and political praxis. Our prehistory is inscribed in every single historical moment.

linguística? Como pode ser, por exemplo, que a linguagem, o "*logos*", essa "faculdade potencial" que nos parece a todos tão etérea, possa nos fornecer os meios "reais de proteção" e, principalmente, como pode ser que venha a interferir de fato nas formas "materiais" de produção da indústria "pós-fordista"? Será possível afirmar que moda é linguagem e que DASPU é um acontecimento linguístico, sem que com isso se redunde num mero recurso metafórico?

Para que a linguagem tenha vindo a interferir não só na lógica ou nos valores inerentes à atividade produtiva contemporânea, mas na própria realidade material dos "meios de produção", foi necessário que o "verbo se fizesse carne".

Para Virno, somente o que ele denomina como um "sensualismo de segundo grau" parece poder dar conta da referida tarefa, um sensualismo interessado naquelas experiências sensíveis de segundo grau, que não podem ser "trocadas" por outras expressões que lhes sejam anteriores ou correspondentes, mas que também não podem ser confundidas com metáforas. Vamos compreender melhor, então, o que Virno denomina de "sensualismo de segundo grau".

Em termos gerais, encontro-me diante de uma sensação de primeiro grau quando tenho uma dor de dente ou sinto o gosto de uma fruta, por exemplo. Com relação às sensações de segundo grau, são duas, segundo Virno, as hipóteses que podemos verificar. A primeira, que redunde em um sistema de atribuição semelhante à metáfora, e a segunda que, ao contrário, não se permite reduzir à correspondência metafórica. Ao atribuímos ao desenho de um círculo semelhanças com um rosto triste, o que se passa é uma experiência sensível de segundo grau semelhante à metáfora, porque à impressão visual do círculo foi adicionada, por intermédio da palavra, uma segunda camada de sentidos. Há casos especiais de sensações de segundo grau, contudo, nos quais a percepção (auditiva, visual etc.) só pode se realizar em vista de sua "familiaridade prévia com todo um conjunto de conceitos verbais". O filósofo nos oferecerá alguns exemplos desses casos: "ver a tristeza de um rosto" ou "ouvir a melancolia de uma sonata".

Virno recorrerá novamente ao pensamento de Wittgenstein, dessa vez para reconhecer nesse tipo de sensualismo uma espécie de conexão entre sentimentos, palavras e experiência sensível, que nos indicaria uma dimensão fisionômica das palavras.

Além das inúmeras sugestões lexicais, acredito que podemos encontrar três grandes temas fisionômicos em Wittgenstein: a) o paralelo entre o modo como reconhecemos um rosto e como entendemos uma enunciação; b) a inconfundível fisionomia que uma palavra parece possuir como significante material, como entidade acústica ou gráfica; c) o aspecto gestual da linguagem (não confundir com a linguagem dos gestos) aludido pela frase de Sócrates: "Fale para que eu possa vê-lo". (Virno, op. cit., p. 125, tradução nossa).¹⁴

As palavras têm fisionomias, eis aí um importante partido que podemos tirar das articulações propostas por Virno para o nosso trabalho. A palavra *casa* não tem a mesma fisionomia que a palavra *lar* ou *moradia*. Mas também não tem a mesma fisionomia que a palavra *house*, a fisionomia não se refere – mais uma vez insistimos no ponto – ao conteúdo semântico do enunciado; diz respeito à própria gestualidade da palavra, à maneira como ela se movimenta e se torna real. Refere-se à maneira como a palavra pode, não apenas "atribuir" ou "conferir" sentido a um objeto, por intermédio da atividade intelectual, mas, por meio da voz, encarnar-se como um objeto no mundo.

Para Virno, a experiência consolidada pela tradição ocidental de buscar por trás (ou por dentro) da palavra um sentido que ultrapasse sua "superfície" fisionômica e nos "revele" as verdades sobre seus significados não se justifica. Não há motivo para buscar na palavra algo além da sua fisionomia. O sensualismo de segundo grau seria uma maneira de conferir dignidade e significado aos corpos, às faces e às contrações musculares das falas, por meio de um "desfrute não-semiótico" da palavra. Para Virno, existe uma conexão "física" entre palavra e mundo.

Não se trata de reconhecermos o poder que as palavras podem ter de atribuir aos objetos do mundo, em si mesmos destituídos de sentidos, qualidades (espirituais) que pertencem apenas à vida da mente (pensada como algo interior ao homem). O verdadeiro desafio não é esse, não se trata de afirmar apenas a maneira como as palavras podem afetar as coisas e "modificá-las" semântica ou afetivamente, permitindo que os objetos "toquem" o espírito (a dimensão pensante do homem) de maneiras diferentes. Trata-se aqui de assumir a possibilidade de que

¹⁴ Beyond the countless lexical suggestions, i believe that we can find three major physiognomic themes in Wittgenstein: a) the parallel between the way we recognize a face and how we understand an enunciation; b) the unmistakable physiognomy that a word seems to possess as material signifier, as an acoustic or graphic entity; c) the gestural aspect of language (not to be confused with the language of gestures) that was alluded to by Socrates' sentence: "Speak, so that i can see you."

o espírito "tome um corpo específico", sem deixar de lado nada do que lhe caracteriza como espiritual. É deixar que "a palavra se faça carne por si mesma".

E a palavra "tornada coisa", sua reificação, expõe o caráter mundano da linguagem. Demonstra o fato de que a linguagem, apesar de estar estritamente relacionada à subjetividade, se dá fora da consciência. E porque toda "*res*" é sempre "*res-pública*", a palavra reificada faz da linguagem um fato empiricamente observável. A mente não está dentro do "ser humano" analisando, interpretando e conferindo sentido ao mundo.

1.3.3 O produtor como um ator

Para Virno, a palavra reificada expõe o aspecto objetual e a natureza pública da própria mente. É assim que a fala se mostra ao mesmo tempo pré-individual e individualizante, é assim que ela se torna "república". Tudo quanto se faz realidade se faz por meio da palavra e, correndo o risco de nos tornarmos repetitivos, não se trata aqui de uma metáfora.

Ao afirmar o poder encarnador da palavra, Virno reconhece no "animal humano" aquele atributo de indistinção entre pensar, agir e produzir que a tradição cristã considerava como exclusividade da "consciência divina". A partir dessa inferência, precisamos reconhecer que não só o dizer de Deus – "haja luz" – é idêntico ao seu desejo de criação da luz, mas também ao próprio ato criador da luz. Sob essa perspectiva, basta também ao homem, assim como a Deus, apenas a linguagem para que sua mente se faça mundo. E se o nome judaico-cristão de Deus é Jeová – ou seja, se é por intermédio de um "eu sou", que Deus se individua –, a forma sublime de individuação do homem é o absoluto "eu falo".

Precisamos reconhecer que a posse humana do poder encarnador da linguagem já está prevista na própria narrativa bíblica sobre o Gênesis. Lembremos que se "no princípio", a Terra, destituída da palavra, era sem forma e vazia e, aos poucos, à medida que Deus enunciava – "haja luz", "haja separação entre céu e terra", e assim por diante – ela foi se informando, o relato bíblico também nos "revela" que o homem e a mulher foram criados "à imagem e semelhança de Deus" e que essa semelhança se manifestará no segundo capítulo do livro do Gênesis, precisamente quando o homem é trazido à presença "do Altíssimo" para dar nome

aos seres vivos e "o nome que o homem desse a esses seres vivos, esse seria o nome deles" (Gênesis 2:19b).

Assim, se é pelo logos divino que o mundo passa a existir, é pelo ato enunciativo do homem que ele se torna mundo humano. O mundo do homem é o mundo da palavra humana. A fisionomia das palavras reflete o fato de que, sem a palavra *casa*, não só não existiria casa alguma como não existiria também um sentimento como o de tristeza sem a palavra *tristeza*. A palavra não é um atributo intelectual que confere sentido às coisas do mundo. Sem a palavra não haveria nem mesmo mundo.

Essa reflexão nos leva a reconsiderarmos o sentido da fala do evangelho de João e nos convida a conferirmos uma leitura "não-metafórica" da afirmação: "No princípio era o Verbo, e o Verbo estava com Deus, e o Verbo era Deus. Ele estava no princípio com Deus. Todas as coisas foram feitas por intermédio dele, e, sem ele, nada do que foi feito se fez [...] E o Verbo se fez carne e habitou entre nós" (João 1:1-14).

Se é justo que concordemos com Virno a respeito do conceito de maravilhamento e milagre de Wittgenstein, de que o milagre da existência do mundo é o próprio fato de que haja um mundo, não poderemos nos afastar da conclusão, também, de que a palavra enunciada seja a "magia" que transforma todas as coisas.

Para Virno, a linguagem não está à serviço de uma produção de sentidos, e as dimensões do que sejam o individual e o coletivo não podem ser localizadas em termos de uma interioridade e de uma exterioridade do sujeito, por exemplo. A individuação se dá na fala, não por sua capacidade de produção de sentido, mas como manifestação do próprio potencial linguístico. É desse ponto de vista que o que se dá no corpo, no ato fisiológico da fala, não nos remete ao que há de mais particular; pelo contrário, nos coloca diante do que há de mais geral, e é precisamente naquilo que é mais geral, na faculdade linguística genérica de falar, que se opera a individuação de um sujeito.

Se a fala produz alguma individuação, não é por distanciar-se da dimensão coletiva da língua, em direção a algo mais íntimo e pessoal, mas, porque, pelo contrário, ao ultrapassar a dimensão pré-individual da língua, alcança a linguagem naquilo que há de mais geral, ou seja, a própria fala, de fato, compreendida agora

como capacidade genérica do animal humano. Paradoxalmente, para Virno, é precisamente o mais radicalmente genérico aquilo que individua.

À medida, porém, que a condição perturbadora do não sentir-se em casa da multidão oferece como única saída para a perda dos lugares especiais da fala apenas o mover-se de modo cínico e oportunista em meio aos lugares comuns, que essa seja a única garantia de antropogênese que o trabalhador pós-fordista pode encontrar frente ao caráter eminentemente instável da condição atual do trabalho, e, por fim, que tenhamos que reconhecer nos lugares comuns da fala o coração da linguagem, não é demasiado admitir que todo trabalhador no pós-fordismo seja na verdade também um tipo de ator, e que, portanto, toda produção seja uma ação performativa. Isso reforça o caráter efetivamente político (quer dizer, linguístico) de toda a produção contemporânea, e o caráter virtuoso de todo trabalhador.

A linguagem não pode ser confundida como um tipo de instrumentalidade, como meio para produção de sentido ou como recurso comunicacional. Ela é a própria natureza do humano, é o pré-individual que individua. A imagem da palavra encarnada nos permite reconhecermos a dimensão não interiorizada da linguagem, mas nos ajuda também a compreendermos como pode ser que na multidão o intelecto se faça público e que a linguagem se torne a carne da própria produção industrial.

1.4 Das coisas ordinárias da moda ao trabalho virtuoso das putas

1.4.1 A palavra marca

Para pensarmos na maneira como esse tipo de “operação” na linguagem começa a se enunciar na história da moda e como se evidencia de modo radical em DASPU, poderíamos ainda recorrer a um segundo desvio de curso no nosso texto e pensarmos no exemplo do alfaiate inglês Charles Worth, que, ao se estabelecer na Paris da segunda metade do século XIX e migrar sua produção do traje masculino para o feminino – por desejar ser conhecido como “um artista” do vestuário –, passou a assinar sua produção, sendo um tipo de criador das etiquetas de roupa.

Em razão do mesmo desejo de reconhecimento, precisou também profissionalizar a cadeia de criação da moda feminina, emprestando à produção desse “gênero” de vestuário o mesmo “rigor e qualidade” de acabamento da alfaiataria inglesa. Criou também séries de produtos (semelhantes ao que as grandes

marcas de moda vieram posteriormente a chamar coleções) e uma nova “categoria” profissional, as sósias (que mais tarde viriam se tornar as modelos de passarela).



Figuras 2 e 3 - Interior da Maison Worth (1858-1956), atendimento e atelier.¹⁵



Figura 4 - Assinatura em avesso de vestido de noite em seda e renda (1887-89). New York: Fonte: The Metropolitan Museum of Art, 49.3.24a–e.¹⁶

Não seria exagero afirmar que sua atitude frente ao *ethos* da atividade do costureiro interferiu em toda a cadeia de procedimentos da produção do vestuário e foi fundamental para a constituição dos critérios basilares da indústria da moda, ao menos tal como ela vigorou até o final do século XX. Mas, além disso, foi com Worth também que, pela primeira vez, muito antes da indústria em geral descobrir o significado da expressão “valor agregado”, a moda, ainda sob um forte regime

¹⁵ Disponível em <http://theenchantedmanor.com/charles-worth-and-the-house-of-worth/> Acesso em 02.08.2021.

¹⁶ Disponível em <https://fashionhistory.fitnyc.edu/1887-1889-worth-evening-dress/> Acesso em 02.08.2021.

poético de identificação, reclamou para si o direito de atribuir valor a um artefato industrial por meio da pura adição de uma assinatura. Foi com Worth que, pela primeira vez, a assinatura de um criador, um nome, um tipo particular de articulação da palavra, se mostrou como importante variável dentro do processo produtivo industrial.

Poderíamos considerar, talvez, como um desdobramento radical desse processo de “atribuição” de valor, o sistema de concessões de licenças que se seguiu ao longo do século XX e que, num primeiro momento, permitiu, por exemplo, que magazines nos EUA reproduzissem modelos criados por costureiros franceses famosos, atribuindo a esses produtos preços “diferenciados”.



Figura 5 - Estojo de dominó da década de 1960, assinado por Pierre Cardin.¹⁷

Robin Givhan, em *A Batalha de Versalhes*, oferece inúmeros exemplos de anúncios das décadas de 1950 e 1960 que ilustram o poder que o nome de um grande criador exercia como meio de distinção de um produto, por exemplo: “casaco de lã vermelho Dior, com costuras firmes para criar um evasê perfeito. Modelo importado e copiado pela Saks Fifth Avenue” (GIVHAN, 2017, p. 31).

Mas, num segundo momento, porém, esse mesmo regime deslocou os nomes de prestígio do âmbito específico da criação do vestuário para produtos de outras indústrias, tal como a perfumaria, acessórios e para um número inimaginável de produtos distintos do vestuário. O exemplo extremo disso é provavelmente Pierre

¹⁷ Disponível em <https://huntersandcollectors.net.nz/products/pierre-cardin-1960s-dominos-set>
Acesso em 19.07.2021.

Cardin. Ainda segundo Givhan, “em 1980, Cardin teria cerca de oitocentos acordos [de licenciamento] em seu nome” (idem, p. 73).

Não se trata mais, a partir de então, apenas da atribuição de um valor comercial “superior” aos produtos de vestuários criados ou produzidos por um estilista de alta costura, mas de se estender o alcance dessa “marca” promotora de valor a “qualquer coisa” que levasse um nome como o de Pierre Cardin, de perfumes a colchões, de calças jeans a aviões de luxo. Não se trataria mais, também, de afirmar, tal como em Worth, o valor de uma autoria criativa (ou genial, como queria o próprio Worth) em moda, mas de reconhecer o poder que um nome tem, por si só, de conferir a determinado produto uma condição excepcional de existência.

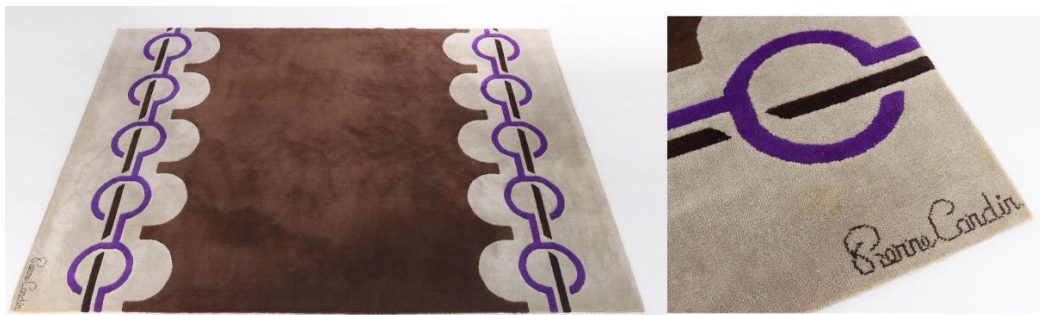


Figura 6 - Tapete de lã da década de 1960 assinado por Pierre Cardin.¹⁸

A palavra nomeadora se torna uma variável produtiva. Mas isso ainda não é tudo, se levarmos em conta que vários desses grandes criadores da moda (Pierre Cardin, Chanel etc.) acabaram por se constituir em grandes empresas com capital aberto, dirigidas por grupos de acionistas e mantendo as suas “criações” e licenciamentos, mesmo depois da morte de seus “artistas” fundadores – algo inimaginável dentro da realidade de um grande pintor (por exemplo, basta considerarmos a ideia de uma empresa *Picasso*, criando novas telas todos os anos em nome do artista morto). Acreditamos poder afirmar que essas marcas já haviam se tornado “apenas” nomes e que a criação em moda, a despeito de toda a estrutura necessária para o desenvolvimento de seus produtos, de certa maneira, já encontrava na palavra, e por extensão na linguagem, um importante elemento do seu processo de produção.

¹⁸ Disponível em <https://www.chairish.com/product/1975579/1960s-vintage-wool-rug-by-pierre-cardin-69x1010> Acesso em 19.07.2021.

1.4.2 De volta à DASPU

Voltando à DASPU, precisamos reconhecer que sua produção parece se encontrar um passo além ainda da simples atribuição de sentido (valor) por meio da identificação com uma marca. Sua produção é "práxis" virtuosa, ação política (quer dizer, linguística) que resulta na encarnação de produtos de moda. Linguagem antes da comunicação, seu nome não é um atributo, mais uma vez, é "práxis" produtiva por meio da palavra.

A palavra aqui não é apenas um elemento comunicacional posterior ao desenvolvimento de um produto – que seria o objeto real – que recebe, por intermédio do ato nomeador, a chancela de uma marca, uma atribuição fetichista de sentido. É na própria linguagem, e não com a linguagem, por meio da enunciação performativa da palavra, que o produto de moda se origina enquanto "coisa encarnada". É nessa medida, então, que precisamos reconhecer que o acontecimento DASPU não evidencia apenas um aspecto comunicacional presente em toda criação de moda, desde pelo menos Worth, mas também que aponta para o caráter linguístico geral do agir virtuoso na produção contemporânea de que nos fala Paolo Virno.

Sob essa perspectiva é que consideramos a anedota sobre a origem da marca DASPU – sem produto, sem ideia, sem desenho e sem projeto – como puro "agir em concerto", como agir produtivo que se opera na linguagem. De fato, DASPU, embaralhando também a subdivisão da experiência humana em práxis, poiésis e episteme, traz ao disciplinado mundo das realizações ordinárias da moda a produção virtuosa das putas, "des-organiza" suas formas de "partilhas do sensível", revelando-nos aspectos importantes do modo de ser e produzir dos muitos no contexto das relações sociais contemporâneas.

Gabriela Leite, sua criadora, conhecia bem as intersecções entre a palavra e a revelação de um corpo falante. Em vários de seus depoimentos, disponíveis nas diversas entrevistas que concedeu, evidencia-se a sua consciência da posse da palavra, com a afirmação de um corpo e do direito à voz, como direito à existência. Numa dessas ocasiões, ao responder sobre a razão por que gostava de ser chamada de puta e não de profissional do sexo ou outros adjetivos mais "amenos", afirma a necessidade de se "pegar as palavras pelo chifre" para vencer o preconceito.



Figura 7 - Gabriela Leite, fundadora da marca DASPU.¹⁹

Ainda na mesma entrevista,²⁰ referindo-se à primeira vez em que falou sobre prostituição num evento público, afirma que toda a audiência ficou muito impressionada com a existência "de uma puta que falava". A separação entre palavra e corpo responde ao desejo de um mundo disciplinar, produto de um regime de identificação que pretende dispor, *a priori*, das posições e dos lugares públicos de cada um. Fazer-se chamar de puta é realizar-se linguística e, por extensão, politicamente, como a puta que seu corpo já encarna.

É assim também que DASPU tensiona os "lugares especiais" da fala no mundo da moda, por colocar em circulação corpos invisibilizados pela interdição ao discurso. E é exatamente isso o que a experiência contemporânea da multidão, dos "muitos enquanto muitos", nos oferece: um campo de batalha "descontextualizado", instável, incontrolável, aberto à pura espacialidade "ilimitável" e "in-conformável" dos "lugares comuns" da fala.

Paradoxalmente, apenas em meio à circunstância perturbadora do mundo atual – que nos coloca diante do constante perigo e das "ameaçadoras proteções" – é que o "indivíduo social" da multidão pode possibilitar a um grupo de putas do Rio

¹⁹ Disponível em <http://ksadamaejoana.blogspot.com/2011/01/filha-mae-avo-e-puta-gabriela-leite.html>. Acesso em 29.07.2021.

²⁰ Entrevista feita em 2013 para os extras do documentário *Um beijo para Gabriela*, que conta a história de sua campanha para deputada federal em 2010. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=pXl46Fc1J9g>. Acesso em 21.08.2021.

de Janeiro construir uma marca de moda de sucesso sem que uma única linha precisasse perfurar um tecido no esforço produtivo de uma roupa.

E que uma empresa de moda, criada por um grupo de amadoras, ao constituir-se pura e simplesmente a partir da capacidade de circulação de um nome (DASPU), que carrega consigo a fisionomia de uma marca, venha a nos servir como evidência, não só do caráter linguístico da produção em moda, mas de todo o modo de produzir no pós-fordismo, apenas afirma a hipótese de Virno acerca do papel "imanente" da indústria cultural no contexto do pós-fordismo.

A empresa de moda DASPU surge no mundo, ingressa no cenário brasileiro da moda, antes mesmo que uma única peça sua tivesse sido projetada e passa a circular pelo imaginário coletivo e pelos vários "veículos de comunicação" impulsionada apenas por uma capacidade geral da linguagem de "encarnação" por meio da palavra (VIRNO, 2015). O acontecimento DASPU é a "realização" da expressão fisionômica de um neologismo, de uma forma absolutamente imprevista de se dizer moda, consumo, gosto ou ativismo político, antes de ser uma marca de moda, no sentido tradicional do termo.

DASPU confunde o mercado e surpreende os "analistas" de moda no Brasil porque "des-organiza" um novo tipo de possível, faz falar um corpo que pressupunhamos sem voz e confere à linguagem um lugar privilegiado no processo de produção, mas, também, porque, de muitas maneiras diferentes, zomba das posições e dos lugares "sagrados" da afirmação e legitimação do gosto e dos costumes do vestuário, embaralha, por assim dizer, os "lugares especiais" do gosto e do consumo de moda. Tirando partido da natureza essencialmente linguística da moda, traz à tona o caráter essencialmente linguístico de toda a produção no "pós-fordismo" e as qualidades particularmente virtuosas do trabalhador contemporâneo.

2. Uma puta marca

*Karl Lagerfeld decreta a volta do power tailor ao guarda-roupa feminino, em versões acinturadas com ombros e quadril levemente marcados, na primeira parte do desfile de alta-costura da Chanel.*²¹

2.1 Os problemas da moda

A moda é um objeto de difícil estudo. Sua delimitação se faz sempre de maneira problemática e sempre de forma imprecisa. Isso aparece na constatação de sua dupla natureza, tal como nos faz ver Roland Barthes nas aproximações entre o conjunto vestuário, traje e indumentária e o conjunto linguagem, língua e fala (BARTHES, 2005). Já aludimos a esse tema no capítulo anterior, mas, não custa lembrar: para o autor, é a natureza complexa da moda, atravessada – tal como a linguagem – pelas "dimensões" do coletivo e do individual, a razão por que a semiologia viria a trazer "resultados" mais eficazes em termos de uma melhor delimitação do fenômeno do que as frequentes tentativas, seja da psicologia, seja da sociologia, de abordá-la a partir de um único ponto de vista, psicológico ou sociológico.

Aparece de forma semelhante na ideia de Georg Simmel da moda como um fenômeno que responderia aos desejos antagônicos de identificação e de distinção dos indivíduos em sociedade (SIMMEL, 2008).

Nos debates sobre o tema, em virtude de suas várias "facetas" e das maneiras distintas com que "opera" na sociedade, é recorrente o "testemunho" das dificuldades de circunscrever disciplinarmente qual poderiam vir a ser sua "natureza específica" e seu alcance. Esse fato nos coloca, com igual frequência, diante da possibilidade de pensá-la a partir de sua interface com a "cadeia de valor têxtil" (SABRÁ, 2016) ou como uma "modalidade" artística (SOUZA, 1987), "um campo de produção de objetos do vestuário" (CHRISTO, 2016), um "objeto de investigação da sociologia" (SIMMEL, 2008), "um sistema comunicacional" (BARTHES, 2005) e assim por diante.

²¹ Barbara Migliori. Edição online da Revista Vogue Brasil, acerca do desfile da marca Chanel sob a direção criativa do Designer Karl Lagerfeld. Disponível em <https://vogue.globo.com/desfiles-moda/noticia/2017/01/karl-lagerfeld-decreta-volta-do-power-tailleur-no-desfile-couture-da-chanel.html> Acesso em 19.07.2021.

É particularmente sintomático a esse respeito que boa parte dos trabalhos acadêmicos sobre o tema iniciem, precisamente, pela afirmação dessa dificuldade ou, no mínimo, por reconhecer o caráter provisório, relativo ou arbitrário do "recorte" escolhido pelo pesquisador. Assim, podemos ver como Daniela Calanca, em suas investigações sobre "uma história social da moda", salienta a variedade dos temas que se vê obrigada a abordar: da questão social e da dimensão estética, do costume e do gosto, do confronto entre o novo e o velho, da imobilidade e mobilidade, dentre outros, o que lhe faz concluir,

Moda é um desses termos que, usados em múltiplos contextos, oferecem um quadro comum de referência de reflexão para uma série de aspectos da vida social. Alude, numa primeira instância, a uma dicotomia temporal entre o "velho" e o "novo", entre o presente e o passado, entre imobilidade e mobilidade. É a experiência das aparências que pressupõe "objetos" nos quais se manifestar; é função e conteúdo estético. Com o termo "moda", entende-se especificamente, "o fenômeno social da mudança cíclica dos costumes e dos hábitos, das escolhas e dos gostos, coletivamente validado e tomado quase obrigatório". Em relação à moda, o termo "costume", na acepção de "hábito constante e permanente que determina o comportamento, a conduta, o modo de ser" de uma comunidade, de um grupo social, remete ao conceito de sistema, de estrutura, ou seja, um conjunto de vários elementos relacionados entre si. (Calanca, 2002, p.11-12)

Do mesmo modo, Daniel Roche se vê obrigado a elencar uma variedade bastante ampla de "objetos" e de "fontes" em seu esforço de "delimitação" de uma história da indumentária nos séculos XVII e XVIII:

Assim a história da roupa tem suas fontes; elas são abundantes, embora difíceis de abarcar numa única abordagem. Resta definir-lhes a problemática e os limites. Primeiro, uma leitura da historiografia tradicional da roupa e da moda e dos diferentes modelos propostos pela antropologia podem elucidar certas questões e escolhas. Nunca é demais refletir sobre as diferentes maneiras de escrever a história de um assunto. O passo seguinte é ditado pela lógica que emergiu de nossa análise de fontes; o estudo do consumo indumentário permite estabelecer a hierarquia das aparências por meio da dimensão econômica e da distribuição social, sem esquecer que Karl Marx escreveu há mais de cem anos: "a produção é imediatamente consumo, o consumo é imediatamente produção". [...] Por fim, nossa tentativa de discernir entre o real e o imaginário, o papel social das aparências, da economia estacionária à economia do consumo, requer que examinemos outros modos de apresentação [que não só o inventário de guarda-roupas de época] e outras lógicas reveladoras da existência social. O romance, a utopia, a enciclopédia, o discurso médico e a imprensa fornecerão algumas respostas. (Roche, 2007. p. 35)

Maria do Carmo Teixeira Rainho, em seu *Moda e revolução nos anos 1960*, inicia por defender a necessidade de se deslocar o olhar do historiador para além da mera descrição indumentária, em direção a uma atenção que se volte para a teia

complexa de sua constituição, que considere desde questões comportamentais, até a cadeia de produção das roupas, as tecnologias aí empregadas e as formas de contato social daí resultantes:

A roupa é um dos mais importantes produtos da moda, seu domínio arquetípico, e encarna ostensivamente o ritmo de suas mudanças. Quanto à moda, com seus movimentos, suas tendências e em sua frequente renovação, constrói uma teia que combina tecnologia e mudanças culturais, políticas e econômicas, desvelando não só os comportamentos individuais, mas, sobretudo, os comportamentos dos sujeitos coletivos e as estruturas sociais.

Nesse sentido, tomar a roupa e a moda como objeto de estudo impõe que se ultrapasse a descrição das mudanças das maneiras de vestir das camadas mais altas, buscando compreender amplamente como práticas vestimentares se encadeiam com outras práticas da sociedade, formando um todo cultural. Exige que não se perca de vista a perspectiva do consumo, o mundo da produção e dos produtores e aquele do mercado e da demanda. Mais ainda, obrigada a articular práticas e representações, fugir de uma história da indumentária que se limite à crônica descritiva ou ao julgamento estético, que evita abordar o terreno dos gestos, da anatomia, da sexualidade, da higiene, da economia, do signo, dos ritos, da religião, da moral ou do direito. (Rainho, 2014, p. 25)

E, claro, para que nossa série de exemplos não se prolongue indefinidamente, Gilda de Mello e Souza, em esforço por identificar a moda como uma forma de arte, em tom quase confessional, afirma que:

A maior dificuldade ao tratar um assunto complexo como a moda é a escolha do ponto de vista. E se bem que esta seja uma imposição necessária de método, nossa visão como que se empobrece ao encararmos um fenômeno de tão difícil explicação unilateral com os olhos ou do sociólogo, ou do psicólogo ou do esteta. (Souza, 1987, p. 29)

Aparentemente, um dos temas mais recorrentes nos estudos sobre a moda é, precisamente, o da própria dificuldade de "estudá-la". O caráter problemático do tecido de relações que estabelece com a história, a cultura, as artes, a linguagem e as formas de vida em sociedade em geral, mas também a maneira como participa do mundo industrial, da cadeia de consumo e como dispõe dos referenciais de tempo (presente, passado e futuro) etc. Sempre que nos arriscamos a recensear seus termos de constituição, ficamos com a sensação de que algo necessariamente tenha "ficado de fora". E isso provavelmente terá acontecido de fato.

Mesmo quando encontramos algo que poderíamos considerar como um consenso – por exemplo, que a "moda se alimenta do desejo de mudança e de novidades" –, nos vemos obrigados com frequência a dar um passo atrás e nos

perguntarmos: mas o que vem a significar efetivamente novidade em "termos moda"? Existe algo de efetivamente novo nas coleções de moda lançadas estação após estação?

O novo da moda nem sempre – ou quase nunca – oferece algo de particularmente inédito. O retorno recorrente a paletas de cores, formas icônicas, silhuetas, temas, comportamentos ou elementos visuais de estilos consagrados do passado, rompe com a conexão tradicionalmente suposta entre novidade e originalidade.

Paradoxalmente, as formas instáveis, e seus ciclos constantes de mudanças, não deixam dúvidas a respeito do desejo da moda pelas "transformações" das quais se nutre; todavia, por outro lado, seu constante retorno às informações do passado coloca em xeque o que pode efetivamente significar, e como pode ser efetivamente atendido, esse desejo. A pesquisadora Cristiane Mesquita resumiu bem esse paradoxo em sua dissertação de mestrado sob o título *Incômoda moda, uma escrita sobre roupas e corpos instáveis*. No referido trabalho, Mesquita afirma que "a moda é fundamentalmente efêmera, seu motor principal é o desejo por novidade, – [...] a produção de mudanças no correr do tempo – mesmo que essas aparentes mudanças sejam meros resgates de elementos esquecidos".²²

Esse gosto da moda pela "repetição do passado" é tratado também por Káthia Castilho em sua obra *Moda e linguagem* (CASTILHO, 2009). No capítulo que tem por título "A reconstrução do corpo pela moda", Castilho aborda a apropriação e a reelaboração de formas indumentárias do passado em "novos" produtos da moda, que podem, inclusive, recorrer – e geralmente recorrem – a mais de uma referência diferente de tempo, cultura e lugar para a criação de uma mesma coleção original:

Um momento presente articula-se, desse modo, à experiência já vivida no passado. Essa organização propõe referências de várias ordens, remetendo-se a outros textos, à outra esfera cultural com uma proposta de moda inovadora, pois, embora possua características formais já conhecidas, quando praticadas num novo tempo e espaço, oferecem uma nova dinâmica e ritmo, alterando e introduzindo um novo significado.

[...]

A moda, dessa maneira, passa a ser dotada de capacidade de expressar os mais variados discursos, valendo-se de estruturas plásticas que lhe são conhecidas e experimentadas formalmente em um tempo anterior. Uma vez que passam a ser recuperadas e atualizadas, as estruturas plásticas podem ser combinadas,

²² Dissertação defendida em 2000 no programa de mestrado em psicologia clínica da PUC-SP (p. 71).

arquitetando-se como partes de um mosaico de citações capaz de congregar um elemento que, até então, pertencia a uma determinada organização social com outro elemento de época ou civilização contrastante, mas capaz de empreender discursos contemporâneos. Dessa forma, o que se estabelece como princípio original, fio condutor, transforma-se ou reatualiza-se, segundo diferentes realidades, coisas que o ser humano estabelece quando redefine seu espaço em relação à cultura e à sua competência (de saber-fazer) perante o conhecer e o adequar os elementos pertinentes a uma sequência de códigos, de regras de formação de estruturas ou produção de novos significantes. (Castilho, 2009, p. 135-137)

Não há como investigar a "moda inteira", isso é bastante óbvio. Tentaremos partir aqui exatamente da condição paradoxal dos "tempos" em moda. Exatamente o paradoxo que se deixa antever na epígrafe com que abrimos o presente capítulo. A alusão a Karl Lagerfeld é bastante ilustrativa do modo como o desejo por coexistência de passado, presente e futuro pode se inscrever no âmbito do desenvolvimento de um mesmo "produto" estético e da pretensão de que dispõe uma criação de moda de decretar, por meio da citação a "um passado distante", um "presente vindouro". As citações de elementos do passado, uma vez tornadas produtos na passarela, se fazem presente e abertura para o futuro.

2.2 Abre aspas, Lagerfeld



Figura 8 - Desfile Chanel, alta-costura, Verão 2017.

Foto: Antonio Barros.²³

O hábito de citar não era uma peculiaridade de Lagerfeld, é bem verdade. Kathia Castilho, em sua discussão sobre o "movimento cíclico da moda revisitada",

²³ Disponível em <https://vogue.globo.com/desfiles-moda/noticia/2017/01/karl-lagerfeld-decreta-volta-do-power-tailleur-no-desfile-couture-da-chanel.html> Acesso em 02.08.2021.

deixa particularmente clara a generalização do "gosto" pela citação na moda. Deixa claro, também, que o movimento citacional assume aqui uma natureza bastante singular. Por exemplo, ao se referir a uma imagem ilustrativa de uma proposta de moda para a temporada de "primavera-verão" do ano de 1998, nos diz:

A figuratividade presente nesta proposta nos remete ao Antigo Egito, pela forma da construção da saia que simula o traje usado na época, pelo adorno na cabeça que nos traz à forma das perucas utilizadas e pelo aspecto cromático, em que o dourado associa-se ao "sol", que representava e dignificava o faraó. Outras referências, no entanto, podem ser ainda estabelecidas: o próprio adorno da cabeça nos remete a um tipo de chapéu, o "casquete", utilizado durante a Belle Époque, assim como os arabescos que delineiam a testa. Na maquilagem, encontram-se referências a esses dois universos, uma vez que os olhos eram contornados e delineados pelo kajal negro no Egito por motivos estéticos e higiênicos, enquanto na Belle Époque o negro contornava os olhos por influência do cinema americano, época em que filmes realizados em preto e branco [...] sobre a pele observamos uma série de grafismos tribais [...] a regata branca, comumente usada em nosso cotidiano, era uma peça de roupa íntima [em sua origem] que, pelas oscilações e movimentos, se encontra hoje exteriorizada. (Castilho, 2009, p. 135-136)

Não estamos tratando, nesse caso, de inspirações pura e simplesmente, uma vez que os elementos visuais objetivos e as linguagens vestimentares de outras épocas são, em alguns casos, "integralmente" copiados. E não podemos também confundir com a prática da citação referenciada, tal como ocorre num texto científico, no qual se informam as fontes utilizadas e se cumpre com o dever de deferência para com o autor. Citar aqui é algo semelhante ao movimento de "samplear" da música eletrônica. É um dispor da produção, das formas históricas da indumentária, da criação de outro estilista, de elementos visuais de uma cultura ou outra, de um período histórico etc., e montá-los "livremente" com a finalidade de realizar uma "obra original".

No exemplo específico de Lagerfeld, citar ainda significava dispor das criações de outra estilista, com o objetivo de desenvolver novos produtos, cuja assinatura final não será sequer a sua e sim a de Chanel. Essa peculiaridade já nos colocaria diante da questão bastante relevante de sabermos sobre como seria possível uma criação autoral que se manifestasse a partir de formas não originais (PERLOFF, 2013). Há, porém, outra questão em nossa epígrafe que não gostaríamos de perder de vista. Para a jornalista, autora do referido texto, o desfile de Lagerfeld para Chanel não definiu apenas como seria a próxima coleção da marca, decretou "a volta do *power tailleur*".

O que, no caso, aparentemente se enuncia, não é apenas o paradoxo de uma criação/citação, é o reconhecimento de que o referido designer dispõe do poder espantoso de, por meio de uma citação, decretar, portanto, instituir para um tempo futuro, o retorno (ao mundo) de uma da forma icônica da marca Chanel.

Pois se estávamos convencidos de que um criador de moda seria capaz de operar um tipo de colagem temporal de passado e presente da qual adviria o paradoxo de uma coleção inteiramente nova e inteiramente a mesma, devemos ainda reconhecer que no tipo de colagem temporal ao qual aludimos não se encontram implicados apenas o passado e o presente, mas também o futuro. Porque o produto da coleção, ao mesmo tempo em que informa um presente e atualiza um passado, decreta um futuro.

Um futuro que, é preciso observar, não deve ser considerado como um ponto fixo a ser atingido na linha do tempo. Ele próprio tem pelo menos três dimensões que concorrem: a do futuro decretado pela apresentação da coleção no desfile, tal como "pretendido" pela jornalista; a de um segundo futuro, cronológico, implicado na "demora" do tempo de produção e distribuição das roupas, ou seja, o tempo que levará até que a coleção possa "sair das passarelas" e chegar às araras das lojas e a de um terceiro futuro, digamos assim, apenas "adivinhado" pelas previsões de tendências de moda.



Figura 9 - Desfile Chanel alta-costura Primavera-Verão 2017.²⁴

²⁴ Disponível em <https://www.lilianpacce.com.br/desfile/chanel-alta-costura-primavera-verao-2017/> Acesso em 19.07.2021.

Sim, porque vale lembrar que a ação de citar, ou seja, de samplear formas e narrativas e instituir um tipo de repetição original do mesmo, que redundou na referida coleção, precisou, antes que qualquer linha fosse desenhada, se confrontar também com as chamadas tendências da moda. E por mais que essa ideia hoje, no contexto do pós-fordismo, possa ter perdido algo da sua força original, ainda persiste com algum fôlego no universo das grandes marcas e acaba por "forçar" também os criadores a "repetirem/copiarem" em suas coleções um conjunto mínimo comum de elementos visuais (tipos de estampas, cores ou cortes e modelagens).

Ou seja, em cada etapa do processo – da pesquisa à concepção, do desenvolvimento e produção à comercialização – passado, presente e futuro estão sempre de alguma forma implicados reciprocamente. A coleção de Lagerfeld para Chanel era uma costura de temporalidades.

Sim, Karl Lagerfeld foi um criador particularmente emblemático para a visualização do paradoxo temporal da criação em moda. Poderíamos, até mesmo, afirmar que Lagerfeld é o próprio emblema de um gênio criativo “não-original” (PERLOFF, 2013). Pois se todo criador tem a necessidade de dialogar com o seu próprio trabalho e se, como Duchamp afirma em sua entrevista a Pierre Cabanne, acaba por apenas se repetir, dado que toda obra acaba por ser, em alguma medida, uma remissão ao próprio artista, e se, por fim, a constituição de uma linguagem ou estilo próprios não se daria sem algum nível mínimo de autorreferencialidade – ou seja, algum nível mínimo de um "copiar a si próprio" – o que poderíamos dizer de um criador que precisasse dar conta de "copiar", não só o seu "estilo pessoal", mas também o de outras três ou mais marcas de moda?

É o caso específico de Lagerfeld, que precisava "cuidar" da sua própria marca, que levava o seu nome, e das grifes Chanel e Fendi, nas quais ocupava o cargo de diretor de criação. O que isso significa, na prática? Pois bem, para termos uma ideia, somente no que diz respeito à Chanel, por estação, o designer deveria responder a algo como cinquenta ou mais composições²⁵ para o desfile de alta-costura e mais de oitenta para o *prêt-à-porter*. Se considerarmos que cada uma dessas composições, ou *looks*, implicava em vestidos, calças, camisas, casacos e demais acessórios, estaríamos afirmando com isso que Lagerfeld tinha a tarefa de

²⁵ "Looks", na linguagem da moda.

"projetar", por estação, e apenas para uma dentre as "suas" três marcas, mais de setecentas composições para a passarela.

Cada uma delas implicava no acompanhamento de um complexo processo de produção e no enfrentamento dos mesmos desafios de justaposição dos tempos. Cada uma das composições deveria manter de maneira rigorosa a sua identidade e autonomia como marca, ao mesmo tempo em que deveria refletir os desejos contemporâneos de "identificação e distinção" sociais dos consumidores. Em outras palavras, deveria ser inovadora, sem deixar de ser, necessariamente, apenas o que sempre foi, porque nenhum de seus consumidores desejaria que parecesse ter se tornado outra coisa.

Em suma, cada uma de suas criações deveria carregar a força e as "virtudes" que cada marca construiu "para si" ao longo da história, mas também, no mínimo em hipótese, a potência de mobilizar o imaginário e os desejos de consumo "em geral", de modo a poder "decretar" novas maneiras de vestir, até mesmo para aquelas pessoas que nunca virão a adquirir um de seus produtos e que precisarão recorrer a formas análogas no "mercado", disponíveis por preços mais acessíveis.

Sendo assim, vejamos bem: uma coisa seria esperar que Coco Chanel se repetisse, fosse cada vez mais "ela mesma", reforçasse seu "estilo" pessoal e sua "marca". Outra coisa seria o desafio criativo de possibilitar que Chanel, a marca, o nome, a palavra grafada, não mais a estilista, se renovasse, se atualizasse, se mantivesse viva ao mesmo tempo em que permanecesse idêntica a tudo o que sempre foi. O trabalho criativo de Lagerfeld era o de um criador garimpeiro. Visitar os acervos históricos de produtos da marca e se perguntar o que há de novo em tudo quanto a marca já produziu. Como combinar os diversos elementos, como articular as formas, como interferir, atualizar, montar, "des-juntar" o que passou ao que é e o que será atual? Como unir os corpos, intenções e necessidades dos consumidores contemporâneos e as formas icônicas de uma importante marca de moda? Tornar Chanel uma criação sua, mantendo-a, todavia, "intocada" no imaginário do consumidor?

No jogo de dessemelhança, de colisão entre imagens do passado e representações do presente e do futuro, Chanel e Lagerfeld se constituíam como uma única criação-repetição. Esse movimento era fundamental para que a marca Chanel "permanecesse viva", para que suas coleções não fossem apenas meras repetições vazias. Por meio da citação, da repetição, do juntar coisas, formas do

passado e desejos, representações e necessidades do presente e do futuro, Lagerfeld se tornava ao mesmo tempo um citador e um "re-criador" da marca Chanel. Encontramos talvez uma chave importante para a compreensão do que está em jogo aqui: Lagerfeld não imitava a criação pessoal do sujeito Coco Chanel, ele imitava a marca.

2.3 Uma marca, marca

Há muito o que se possa explorar da afirmação acima. Uma marca não é também um "objeto" fácil de se delimitar, e talvez seja esse caráter complexo o que possibilita que a "obra" de Chanel continue sendo produzida depois da morte de sua criadora. A marca Chanel consubstancia a história da estilista, suas criações, desenhos, gostos e discursos sobre moda, cada peça de roupa já produzida e por ser produzida, mas, também, sua logo icônica, sua identidade visual, o "desenho" das lojas, o atendimento nos pontos de venda, o pós-venda e, não nos esqueçamos, as ações no mercado de capitais, as campanhas publicitárias, enfim, tudo quanto lhe diga ou possa lhe dizer respeito.

Andrea Semprini identifica como um dos aspectos principais de uma marca a sua "capacidade de gerar mundos possíveis" (SEMPRINI, 2010, p. 21).²⁶ O efeito que Semprini atribui à vigência de uma marca nos lembra o conceito que Ernest Cassirer denomina como "forma simbólica" (CASSIRER, 2001). Porque, mesmo que esse tema das marcas estivesse muitíssimo distante das preocupações de Cassirer quando produzia sua *Filosofia das formas simbólicas*, não parece absurdo, todavia, reconhecermos que também aqui está implicada a questão, análoga à das artes ou dos mitos, sobre "de que maneira um determinado conteúdo sensível, particular, pode se transformar no portador de uma significação espiritual universal" (idem, p. 43). Uma marca é uma evidência sensível de um "acontecimento do espírito".

Segundo Semprini, no princípio, as marcas substituíram "pouco a pouco os produtos provenientes do campo ou produzidos artesanalmente e a produção

²⁶ Tal como apresentado na contracapa da edição brasileira de seu livro *A marca pós-moderna*, Andrea Semprini é um dos maiores especialista em marcas, dirige o instituto de Pesquisa e Consultoria Arkema, é conselheiro de numerosas empresas multinacionais com marcas de grande prestígio. É professor de Teoria da Marca e da Comunicação na Sorbonne em Paris, na American University em Lille I, França, e leciona Estratégias de Marcas na IULM, em Milão.

industrial anônima vendida no varejo sobre as bancadas dos mercados e das vendas dos bairros" (2010, p. 26). A primeira "tarefa" desempenhada por elas, então, foi a de "convencer" os consumidores de que uma coisa poderia vir a ser mais do que somente aquilo para o que ela servia. Um sabão poderia ser mais do que simplesmente um meio de higiene, um carro poderia ser muito mais do que um simples meio de transporte, uma roupa, muito mais do que um mero revestimento para o corpo e assim por diante.

Somos cotidianamente bombardeados por imagens que reforçam esse tipo de afirmação. "Fique de olho na marca" nos dizia a campanha das "legítimas" sandálias havaianas da década de 80 do século passado. Também reforçam essa afirmação as imagens de aventura das campanhas publicitárias dos cigarros Hollywood.

O movimento de consolidação das grandes marcas industriais aponta, então, para uma etapa radical daquele caso de reconhecimento de uma assinatura como meio de atribuição de valor, incorporada à produção industrial da moda por Charles Worth, a respeito do qual tratamos no capítulo anterior. Essa referencialidade fez com que as marcas tenham sido pensadas, em geral, como um "artefato" comunicacional.

Esse imenso trabalho de conversão, da horta às conservas ou aos congelados e do galinheiro aos peitos de frango sob celofanes, se faz sem grande dificuldade, pois é sustentado por um discurso social que valoriza essas mudanças e que, paralelamente, estigmatiza os "arcaísmos" dos modos de consumo tradicionais, rurais ou artesanais. (Semprini, op. cit., p. 27)

Para Semprini, a razão pela qual os consumidores no início do século XX passaram a preferir os produtos de uma grande marca, no lugar de produtos anônimos análogos, teria sido semântica e estaria intimamente relacionada ao sentido de valor referente à distinção social ou à qualidade e confiabilidade de que a marca desejada pôde se fazer impregnar.

Isso já seria suficiente para pensarmos que talvez tenha sido por meio desse tipo de potencialidade comunicacional que, em alguma medida, se tenha garantido a persistência da produção da estilista Coco Chanel, após sua morte. Coco Chanel, a marca, não mais a pessoa, mantida por intermédio do trabalho criativo do designer Karl Lagerfeld e tangibilizada por meio dos desfiles nas semanas de moda, dos pontos de venda da empresa, das novas peças de roupas, de sua logo icônica etc.

A discussão a respeito do "gênio criativo não original" de Lagerfeld nos trouxe então à questão a respeito do significado e da vigência das marcas e sua relação com as lógicas de produção e consumo. Entretanto, a noção de marca também tem sua história e seus processos de transformação. E se, em sua origem, ela pode de fato ter sido compreendida da maneira como mencionamos, o que parece ter ocorrido com o modo como passou a ser considerada, no contexto do consumo contemporâneo, pode nos conduzir ainda a algumas outras reflexões.

Aparentemente, a marca, como agente da substituição de um produto local, destinado ao suprimento de necessidades imediatas – comer, vestir-se etc. – por um produto "mediado" por um nome que oferecia ao consumidor promessas adicionais àquelas necessidades mais práticas e imediatas, ou seja, a promessa de parecer ou sentir-se moderno, seguro etc., já indicava o início de um movimento de "dispor", entre o objeto produzido e o objeto consumido, uma região intermediária de produção pertinente ao âmbito específico da linguagem. Um processo que, ao longo de poucos anos, cerca de cinquenta, nos dá a entender Semprini, desembocará numa reconfiguração radical, não só do significado e das potencialidades daquilo que chamamos de marca, como também da própria dinâmica geral das "relações de consumo".

Alguns dos aspectos da referida transformação, que Semprini denomina de "desmaterialização" do consumo, são apontados de modo bastante preciso pela crítica de Naomi Klein²⁷ em sua obra *Sem logo*, em que denuncia o caráter "predador" das grandes marcas e o processo de exploração de mão-de-obra que se esconde por trás de nomes com grande prestígio comercial. Destacamos apenas um breve trecho que consideramos alusivo do "desvio" tomado pela noção de marca, do âmbito da produção de coisas, para o âmbito da produção de formas narrativas, que interessa particularmente ao presente trabalho. Vejamos o que ela diz:

O crescimento astronômico da riqueza e da influência cultural das corporações multinacionais nos últimos 15 anos pode, sem sombra de dúvida, ter sua origem situada em uma única e aparentemente inócua idéia desenvolvida por teóricos da administração em meados da década de 1980: as corporações de sucesso devem produzir principalmente marcas, e não produtos. Até aquela época, embora o mundo

²⁷ Naomi Klein (nascida em 8 de maio de 1970) é uma escritora, ativista social e cineasta canadense conhecida por suas análises políticas e críticas à globalização corporativa e ao capitalismo. Ficou conhecida internacionalmente por seu livro *No logo* (1999); pelo documentário *The Take* (2004), sobre as fábricas ocupadas da Argentina e por *The Shock Doctrine* (2007), uma análise crítica da história da economia neoliberal que foi adaptada em um filme de seis minutos por Alfonso e Jonás Cuarón.

corporativo compreendesse que favorecer a marca era importante, a principal preocupação de todo fabricante sólido era a produção de bens. Esta ideia era o evangelho da era da máquina.

[...]

Mais ou menos na mesma época, um novo tipo de corporação começou a disputar mercado com os fabricantes americanos tradicionais; eram as Nikes e Microsofts, e mais recentemente, as Tommy Hilfigers e as Intels. Esses pioneiros declararam audaciosamente que produzir bens era apenas um aspecto incidental de suas operações e que, graças às recentes vitórias na liberalização do comércio e na reforma das leis trabalhistas, seus produtos podiam ser feitos para eles por terceiros, muitos no exterior. O que essas empresas produziam principalmente não eram coisas, diziam eles, mas imagens de suas marcas. Seu verdadeiro trabalho não estava na fabricação, mas no marketing. Essa fórmula, desnecessário dizer, mostrou-se imensamente lucrativa, e seu sucesso levou as empresas a uma corrida pela ausência de peso: quem possuísse menos, tivesse o menor número de empregados na folha de pagamentos e produzisse as mais poderosas imagens, em vez de produtos, ganharia a corrida. (Klein, 2002, p. 14)

O ponto de atenção aqui, dentro de uma reflexão sobre a história e "transformação" da noção de marcas, é que estas tenham deixado de ser apenas um atributo comunicacional, uma imagem que remetia ou pretendia remeter aos "valores e princípios" de uma empresa, que visavam garantir antecipadamente a satisfação pelo consumo de seus produtos ou serviços e tenham se tornado elas próprias as "coisas" a serem consumidas, não necessariamente, mediadas por artefatos industriais ou pontos de atendimentos de serviços. Não se quer dizer com isso que os "artefatos" produzidos não importem e que não importe a "qualidade" do serviço. A questão é que todos os aspectos "tangíveis" do produto ou serviço passaram agora a circunscrever apenas o âmbito geral dos "pontos de contato" de uma marca.

Para que tenhamos uma ideia dos efeitos e da abrangência do que estamos tratando, a afirmação de Semprini, de uma "desmaterialização" do consumo, coincide com a defesa de Tennyson Pinheiro,²⁸ em seu livro, *The service startup*: inovação e empreendedorismo através do Design Thinking (PINHEIRO, 2014), de

²⁸ Tennyson Pinheiro é sócio-diretor da live|work no Brasil. Design Thinker e especialista em Design de Serviços. Possui formação no Brasil e USA em Marketing, Tecnologia, Gerenciamento de Projetos, Experience Design e especialização em Branding. Tennyson ministrou e atendeu cursos de aprofundamento, entre eles no M.I.T – Boston, EUA – e foi o primeiro profissional do Brasil a ser certificado pelo Design Management Institute em Design de Serviços, no Design Council de Londres. Ao longo de seus 14 anos de carreira gerenciou projetos multimilionários para grandes empresas, tendo atuado no Brasil, USA e África. Dentre essas empresas estão a Bayer, Petrobras, Microsoft, C&A, Gol, Boticário, Bank of Tokyo, Grupo VR, Banco BNP, Siemens e Boticário. É pioneiro no Brasil na aplicação de workshops corporativos de Design Thinking e professor do MBA de Branding das Faculdades Rio Branco e da ESPM no CIC-Miami Ad School.

que dentro da lógica produtiva atual, o resultado final de toda a produção contemporânea não seja mais a criação de coisas, mas a oferta de serviços. Na visão de Pinheiro, produtos (não importa que se tratem de peças de roupas, máquinas de café ou aparelhos de televisão) são apenas "avatars de serviços".

Em cada ocasião particular de consumo contemporâneo, o que está em jogo, tal como reconhecido por Semprini (2010, p. 47), não são mais os "desempenhos observados ou [as] funções do produto, mas o imaginário que ele coloca no lugar e a experiência que ele torna possível":

Nesse contexto, pode-se igualmente situar o desenvolvimento das formas de consumo que não têm uma verdadeira base substancial, como os serviços, o lazer ou os produtos audiovisuais. A comunicação móvel, os dvds, as visitas aos museus e às exposições, são todas práticas de consumo em aumento constante, em que a parte física, material, é dispensada, se não ausente. O que se consome são as ideias, as imagens, as emoções, os imaginários, as histórias. (idem)

Assim, se na década de 1980, tal como nos mostra Naomi Klein, a dimensão imaterial da produção era percebida pelas "Nikes e Microsofts" como uma tendência, precisamos reconhecer que essa tendência se encontra hoje quase como que generalizada nas mais diversas experiências do consumo contemporâneo. A marca, uma palavra, mas também uma imagem, se tornou o principal vetor da produção nos nossos dias. E, por óbvio, se o que se produz, prioritariamente, são "apenas" as marcas, então não faz mais sentido pensá-las apenas como nomes que representam uma coisa, um objeto ou uma empresa.

Se não há mais objetos externos às marcas para serem representados, se elas não são mais "remissões" ao nome de uma empresa, mas o próprio empreendimento, então, mais uma vez, elas não podem ser simplesmente reduzidas às estratégias de comunicação empresarial, a formas de "revestimento" semântico de produtos ou serviços, ao desenho de uma logo ou à identidade visual de um grupo industrial. Há algum nível de "realidade" nessa coisa "abstrata" que chamamos de marca, algo de paradoxalmente "material" no que poderia inicialmente parecer uma pura ideia abstrata.

O exemplo do designer Peter Behrens (figura 10) ao qual Jacques Rancière (2013) alude, afirmando ter operado um deslocamento dos grandes cânones clássicos no qual "o princípio da unidade na diversidade [tornara-se] o da imagem de marca que se distribui pelo conjunto dos produtos" de uma empresa

(RANCIÈRE, 2013, p. 103), pode nos ajudar a pensarmos nessa especificidade de significados. Mas há ainda outro conceito do referido filósofo, tratado num contexto bastante diverso do que pretendemos no presente trabalho, que pode, inclusive, contribuir para a compreensão do tipo de "efeito produtivo" que uma marca opera na "cena de consumo" contemporânea.

Nos auxiliando também com a reflexão sobre o caráter inusitado do surgimento de DASPU e sobre como foi possível àquela empresa sem produto ter vindo a ser, paradoxalmente, identificada como uma marca "produtora" de moda apenas em decorrência da enunciação virtuosa do seu nome. O conceito em questão é o de "frase-imagem".



Figura 10 - Chaleiras – Design de Peter Behrens.²⁹

2.4 Marcas da frase-imagem

Pois então, vejamos: o conceito de frase-imagem aparece no segundo capítulo de *O destino das imagens*, e é formulado por Rancière a pretexto da discussão sobre o significado das operações de montagem na obra de Jean-Luc Godard, mais especificamente, em função da análise da produção de *Histórias do cinema*. Ao longo da reflexão, o filósofo chama a nossa atenção para o fato da montagem, na obra do referido cineasta, não estar "a serviço" pura e simplesmente da construção de uma narrativa; não servir, por assim dizer, tal como se convencionou pela tradição, como auxiliar na "transmissão" de uma mensagem ou na narração de uma história.

Para Rancière, a montagem em Godard não é apenas a técnica de produção cinematográfica de seleção e encadeamento de frames que produzirão a impressão

²⁹ Disponível em <https://christinereflectsmeggs.wordpress.com/2013/10/29/5-the-heritage-of-peter-behrens/> Acesso em 19.07.2021.

de uma imagem em movimento, e que redonda na projeção da ilusão de uma realidade do mundo. O processo de montagem em Godard realiza algo muito diverso, uma vez que ele explicita os próprios procedimentos de montagem, ao invés de ocultá-los, em benefício da narração de uma história. Com isso, provoca a interrupção da ideia de cena como fluxo contínuo e linear no espaço e no tempo. Não "respeita" — por assim dizer — o que se convencionou chamar na "teoria do drama" de unidades aristotélicas de ação, lugar e tempo.

A explicitação da montagem se dá de muitas maneiras, dentre as quais a "sobreposição" de imagens, textos, citações deslocadas, repetição, interrupção ou sobreposição de ações. Para Rancière, o procedimento de montagem do cineasta coloca sua obra não só numa posição de "afastamento" em relação a uma maneira específica de produzir cinema, mas do próprio sentido daquilo que viria a significar a noção de história, tal como consolidada pela tradição ocidental desde Aristóteles:

A história era essa 'articulação de ações' que, desde Aristóteles, definia a racionalidade do poema. Essa antiga medida do poema, segundo um esquema de causalidade ideal — encadeamento pela necessidade ou pela verossimilhança — era também uma certa forma de inteligibilidade das ações humanas. [...] Tal medida implicava uma relação de subordinação de uma função dirigente, a função textual de inteligibilidade, e uma função imageadora colocada a seu serviço. Imaginar era levar à sua mais alta expressão sensível os pensamentos e sentimentos pelos quais se manifestava o encadeamento causal. Era também suscitar afetos específicos reforçando o efeito da percepção desse encadeamento. (Rancière, 2013, p. 49)

Segundo Rancière, o processo de montagem na obra de Jean-Luc Godard serviria como uma "demonstração" do fato de que a abolição "de uma medida comum" para as artes não coincidiria, nem com a afirmação de uma autonomia das artes em relação "às outras coisas do mundo", nem com a afirmação da "autonomia" de uma arte em relação a outras. Pelo contrário, "quando é desligado o fio da história — isto é, a medida comum que regulava as distâncias entre as artes —, já não são mais as formas que se analogizam, são as materialidades que se misturam diretamente" (RANCIÈRE, op. cit, p. 52).

Para nós, podemos antecipar, ao passo que interessa-nos tomar de empréstimo a questão sobre as formas de "legibilidade" das artes para pensarmos a produção industrial contemporânea, o mais significativo aqui é saber se não seria o caso de podermos afirmar que também a marca, tal como narrada por Semprini, em suas manifestações iniciais, parece ter sido compreendida como uma função imageadora

sujeita à subordinação de uma "função [textual] dirigente de inteligibilidade", a qual se via "colocada a serviço" (idem, p. 52).

Visto que aquilo que chamávamos de identidade visual da marca, o logotipo etc., nesse caso cumpriria com a tarefa de representar e comunicar os "valores da empresa", sua missão e objetivos institucionais, bem como a qualidade e o nível de "sofisticação" dos produtos e dos serviços oferecidos.

Mas, por outro lado, levando adiante o desvio que propusemos para a questão, vale considerar também se a "desmaterialização da produção", de que trata Semprini, não nos levaria apenas à inversão do primado do produto ("material") pelo primado da marca ("imaterial"), ou seja, uma simples inversão das posições hierárquicas, não rompendo com a "regulagem das distâncias" que mantém a separação entre ambos.

O que nos parece estar em jogo na presente questão, todavia, não é sabermos se a indústria contemporânea substituiu "produção de produto" por "produção de marca", mas se seria o caso de já não podermos separar uma forma de produção da outra. Se o modo contemporâneo de existência de marca e produto já não suporia uma relação de necessária proximidade entre ambos. Caberia pensarmos se, com a eliminação da medida comum que os colocava em relação de subordinação, não pode ser que marca e produto devam ser considerados como "coisas" que se "produzem" reciprocamente.

Pois se a marca e o produto contemporâneos não se juntam em função de uma lógica de significação, ou seja, se o logotipo, a identidade visual, os pontos de venda, os produtos e serviços se dispõem sintagmaticamente, e não na forma de um sistema lógico de enunciação, talvez seja o caso aqui não de pensarmos numa inversão do primado do produto para o primado da marca, mas nos efeitos e significados dessa forma de existência como justaposição.

A questão à qual desejamos aludir, então, é a de saber se o modo como Lagerfeld "produzia" Chanel já indicaria um tipo de junção, por justaposição, de marca e produto, que poderia ser pensado também como um processo de montagem, em termos análogos ao que Jacques Rancière reconhece na produção cinematográfica de Jean Luc Godard.

O cinema que nos conta aparece como uma série de apropriações de outras artes. E ele o apresenta num entrelace de palavras, frases e textos, pinturas metamorfoseadas, planos cinematográficos misturados com fotografias ou fitas de cinejornal,

eventualmente ligadas por citações musicais. Em suma, História(s) do Cinema é inteiramente tecida com essas "pseudomorfoses", com essas imitações de uma arte por outra, que recusa a pureza vanguardista. (Rancière, 2013, p. 51-52)

Rancière denomina de "a grande parataxes" o modo de tecer numa mesma "trama" elementos de "natureza" tão distintas, ali "onde todo o 'próprio' desmorona, onde todas as medidas comuns das quais se nutrem as opiniões, as histórias, são abolidas em proveito de uma grande justaposição caótica, de uma grande mistura indiferente das significações e das materialidades" (idem, p. 54).

Curioso que Rancière recorra à ideia de parataxe, um tipo de "composição" que prescinde de conjunções para "justapor" diferentes frases ou orações. Mas não só isso, a parataxe ignora também a demanda por uma regra lógica qualquer que sustente – ou justifique – a "mecânica" de justaposição e os "entrelaces" de palavras, formas, imagens e sentidos. Recorreremos aqui à imagem utilizada por Myriam Ávila para contrapor os conceitos de parataxe e coordenação, em seu artigo "Dupla consciência e parataxe como conceitos críticos", para a revista *Remate de males*, da Universidade Estadual de Campinas. Vejamos:

(...) podemos estabelecer uma distinção entre coordenação e parataxe, palavras às vezes usadas como sinônimos. Podemos, pelo contrário, propor inclusive uma oposição entre a idéia de coordenação e a idéia de parataxe radical. Na coordenação, elementos de peso similar se ordenam no mesmo nível sintático, isto é, sem estabelecer dependência entre si, mas não excluem a idéia de submissão, não a um termo da frase, mas a um discurso que as encampa. Em texto anterior, comparei essa formação à de soldados que se encaminham todos, como um batalhão, a um objetivo comum, supradeterminado. Já a parataxe radical configura uma luta contra o senso comum, ou seja, contra o sentido corriqueiro: não mais o exército marchando em direção a uma meta semântica, mas pessoas dividindo a mesma rua, cada qual rumando a seu objetivo próprio, sem consenso com as demais. A idéia de justaposição substitui a de co-ordenação. (Ávila, 2008, p. 91)

A parataxe junta sem "e", sem "mas" e sem "ou", mas também junta sem a necessidade de um sentido prévio que "ordene" a articulação dos termos. É a junção sem medida comum, sua lei, segundo Rancière, é que "não exista mais medida, apenas o comum". Rancière reconhece que existe aí um risco, pois se o princípio produtivo da parataxe é fundado no comum da desmedida, como conferir-lhe alguma medida? Como garantir que ela não se reduza apenas a uma sucessão "esquizofrênica" de falas sem sentido ou na profusa lógica de repetição das imagens publicitárias ou, ainda, na pura justaposição "consensual" das mercadorias em "prateleiras" dos mercados? Como solução para a questão, o filósofo nos oferece o

conceito de "frase-imagem, [como o que] retém a potência da grande parataxe e não deixa que ela se perca na esquizofrenia ou no consenso" (RANCIÈRE, op. cit., p. 57).

A primeira observação que gostaríamos de fazer a respeito do referido conceito é a de que a própria expressão "frase-imagem" já se constitui como uma disposição paratáxica dos termos *frase* e *imagem* e que, portanto, não pretende estabelecer uma relação "coordenada" entre as duas palavras. Assim, o próprio modo de constituição do conceito sugere não se tratar apenas de aludirmos à associação lógica de uma palavra a uma imagem, tal como poderíamos num primeiro momento imaginar.

Rancière deixa claro, inclusive, que a potência da frase-imagem pode se manifestar por meio das palavras de um romance ou poesia, de um texto dramático, etc., mas também pode "aparecer" numa cena teatral, numa fotografia ou numa montagem cinematográfica. Não é ao juntar palavras com imagens que se produz frases-imagem. Importante frisar que, em sua constituição, "a frase não é o dizível e a imagem o visível". Pelo contrário, a frase-imagem vem romper justamente com a lógica do regime de representação à qual aludimos anteriormente, e que estabelecia não só a separação entre o dito e o visível, mas também uma hierarquia entre eles:

A frase-imagem subverte essa lógica. A função da frase ainda é a de encadeamento. Mas, a partir daí, a frase encadeia somente enquanto é aquilo que dá carne. E essa carne, ou essa consistência, de modo paradoxal, é a da grande passividade das coisas sem razão. A imagem tornou-se a potência ativa e disruptiva do salto, da transformação de regime entre duas ordens sensoriais. A frase-imagem é a união dessas duas funções. É a unidade que desdobra a força caótica da grande parataxe em potência frástica de comunidade e potência imageadora de ruptura. (Rancière, op. cit., p. 56).

Nesses termos, considerar a "guinada" da indústria pós-fordista, em direção a uma produção fortemente centrada na comunicação como uma desmaterialização do produto, implica em manter a análise das relações entre marca, produto ou serviço ainda sob uma dimensão de legibilidade restrita ao regime de representação. E o que parece acontecer, todavia, é que o modo de viger da marca contemporânea nos convida a outras formas de legibilidade.

É óbvio que isso que Rancière denomina de "potência de choque da 'frase-imagem'" pode, como o próprio filósofo reconhece, ainda estar a serviço, pura e

simplesmente, de um regime de representação. Poderá ser “traduzida”, sob certas condições específicas, em formas de legibilidade que trabalham para a manutenção das distâncias, hierarquias e posições consolidadas. As coleções de Lagerfeld para Chanel talvez nos conduzam à fronteira entre uma forma e outra de legibilidade.

Mas o que pensar, por exemplo, da relação entre os produtos do estilista Ronaldo Fraga e o caráter fortemente “performático” de seus desfiles (figuras 11 e 12)? O que significa que, no desfile da coleção de inverno de 2002, o estilista tenha substituído as modelos “reais” – de quem se costumava dizer que os corpos precisavam ser como “cabides” para que a roupa “caísse perfeitamente” – por bonecos de madeira, cortados em estruturas planas e suportados por cabides “de verdade”, carregados por um “carrossel” mecânico que permitia que fossem “desfilados” na passarela? O mesmo quanto à sua coleção “El día que me quieras”, na São Paulo Fashion Week de 2016, na qual Ronaldo Fraga faz desfilar, não numa passarela, mas no palco de um teatro, vestidos impecáveis, defendidos por um casting de quarenta modelos transexuais?



Figuras 11 e 12 - Ronaldo Fraga - SPFW, Inverno 2002³⁰ e outubro, 2016.³¹
Foto (2): Marcelo Sabina/FOTOSITE.

Ou do desfile “A costura do invisível” (NAKAO, 2005) do estilista Jum Nakao (figuras 13 e 14)? A coleção primorosa de roupas com modelagens sofisticadas, altamente ricas em detalhes, que aos poucos vão dando a perceber ao público – para seu espanto – terem sido confeccionadas em papel? E que, na

³⁰ Disponível em <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/inverno-2002-rtw/ronaldo-fraga/3570/colecao/35/> Acesso em 19.07.21.

³¹ Disponível em <https://ffw.uol.com.br/desfiles/sao-paulo/n42/ronaldo-fraga/1614276/colecao/36/> Acesso em 19.07.21.

sequência, quando o maravilhamento da plateia com as formas de vestuário construídas em papel já parecia garantido – no momento de retorno de todas as modelos à passarela –, torna-se o assustador espetáculo de destruição dessas mesmas roupas, criando uma estranha coleção de moda que não só não foi confeccionada em tecido, como sequer durou até o final de um desfile?



Figuras 13 e 14 - Jum Nakao, SPFW - Junho de 2014.³²

Poderíamos ainda mencionar o estilista Beto Neves, da grife Complexo B, e suas t-shirts do ano de 2012, com nomes de bairros da zona norte da cidade do Rio de Janeiro (figura 15). A coleção prestigia áreas cujo "código de endereçamento postal" confere pouco ou nenhum "valor agregado" por meio de estampas bem humoradas que valorizavam aspectos específicos dessa região. Bom humor, ativismo social e tino comercial empregados aqui na costura de produtos de moda que refletem também uma posição política.

³² Disponível em <https://www.jumnakao.com/portfolios/a-costura-do-invisivel/> Acesso em 19/07/2021.



Figura 15 - Camiseta, Complexo B.
Fonte: Acervo pessoal de Flávio Sabrá.

Alguém poderia dizer “não passam de estratégias de marca”. Verdade, mas o que exatamente seria a *marca* nos casos aos quais aludimos? Os três exemplos põem em ação a evidência de que uma coleção comercial de vestuário, ou um desfile de passarela, para além, apenas, da exibição de roupas, como estratégia de comunicação de uma empresa, podem se constituir também como o suporte de um conteúdo de crítica social.

O desfile de Jum Nakao, ao oferecer uma manifestação "carnal" da efemeridade da moda, "denuncia" – por trás das aparências da passarela – a dinâmica de uma indústria de produtos altamente "fugazes", cuja razão de ser necessita de novas legitimações a cada estação e que movimenta um comércio pouco ou nada sustentável. É bem verdade que ele acabou por sinalizar para a saída do estilista do circuito dos grandes desfiles e para o fechamento de sua empresa de roupas. Claro, foi a “senha” também para a criação de uma nova marca, a de Jum Nakao como um "criador-pensador" da moda, até hoje comercialmente explorada pelo estilista, por intermédio de suas consultorias e cursos.

Mas no caso dos outros dois estilistas, temos um elemento complicador: Beto Neves e Ronaldo Fraga precisam vender as coleções que produziram. A "performance" de suas roupas não os "retirou" do mercado. Sendo assim, nem a ironia e o humor ácido de Beto Neves – que por ocasião da atenção dispensada à cidade do Rio de Janeiro em virtude da conferência internacional "Rio +20" e da

euforia da "grande mídia" em afirmar um "lifeStyle Carioca", – nos "acena" com o fato de que o Rio de Janeiro vai muito além da Zona Sul da cidade, nem a "denúncia" quase panfletária dos desfiles de Ronaldo Fraga, que revelam partes das perversões do "sistema comercial da moda", podem prescindir de cumprir com a tarefa de criarem coleções potencialmente comerciais.

A atitude crítica dos estilistas ingressa na economia geral de constituição das suas marcas, mas isso não se dá apenas no plano de uma "mensagem". A marca se "reveste" da crítica como um atributo produtivo, por meio do qual as roupas se realizarão, ao mesmo tempo, como o suporte de uma denúncia e um produto de consumo. A ironia, a denúncia, não ficarão restritas a uma dimensão puramente narrativa ou publicitária, elas se farão corte e modelagem, estampas, composições e cores, se tornarão roupas, se "ajustarão" a corpos, frequentarão lugares, participarão do mundo.

Uma marca de moda é sempre o "suporte" de muitas contradições, porque uma roupa será sempre um "ponto" de contato entre termos e substâncias de naturezas muito variadas. Uma roupa liga um corpo ou outro, uma cor ou outra, uma modelagem, um tipo de tecido, um corte, uma estampa, uma maneira de aparecer em sociedade, um toque de tecido e um caimento, uma atividade ou outra, um preço, um custo de produção, uma cadeia ou outra de produção, um estilo, um tempo, um status social ou outro, um pertencer ou um desejar pertencer, um distinguir-se e um identificar-se etc. Uma marca de moda é o resultado de uma configuração específica de justaposições “(des)coordenadas”.

É justamente naquilo que uma marca de moda é capaz de juntar por justaposição, sem um "e", um "com" ou um "mas" que efetive uma síntese dos termos justapostos, que reconhecemos a possibilidade, então, de pensarmos aspectos das marcas contemporâneas na vizinhança do conceito de "frase-imagem". Tipo de articulação das funções de encadeamento e de ruptura "que desdobra a força caótica da grande parataxe em potência frástica de comunidade e potência imageadora de ruptura".

Imagens que falam e palavras que fazem ver. Não há como separar em nenhum dos casos as inúmeras variáveis que operam o agir que justapõe termos aparentemente impossíveis. É da potência da frase-imagem que advém, pela via da montagem, o comum que se estabelece entre mercado, gostos, crítica social, discussão sobre os meios de produção, sonhos e desejos de consumo. É por meio

dessa estratégia de montagem que as marcas em questão se produzem. E foi em razão de as marcas poderem ultrapassar os limites do regime de representação que lhes atribuía apenas a tarefa de comunicar a "missão e os valores" de uma empresa, que elas puderam se fazer produto (figura 16).



Figura 16 - Atriz Alexia Deschamps desfilando para DASPU, Praça Tiradentes, 2011.³³

É porque o acontecimento linguístico DASPU justapõe vários termos, vários elementos que se constituem de materialidades diversas e, por vezes, conflitantes, que algo se origina ali como uma empresa ou uma marca, e é também pela mesma razão que esse algo – essa marca – pode ser inteiramente "sentido" mesmo que sem produtos ou serviços, reduzido ao que alguém poderia "denunciar" como uma mera assinatura, uma simples "logo" aplicada sobre uma superfície, um simples enunciado de intenções (figuras 17 a 20).

³³ Disponível em https://mulher.uol.com.br/moda/album/desfiledaspuv10_album.htm#fotoNav=14
Acesso em 19.07.21.



Figuras 17 e 18 - Desfile-performance organizado pela grife Daspu em frente ao Masp durante manifestação pró-bolsonaro. Foto: Duda Breda.³⁴



Figura 19 - Bienal de São Paulo, 2006. Junto ao artista esloveno Tadej Pogacar. Vestido de lençol de motel fecha o desfile.³⁵



Figura 20 - Desfile DASPU primavera-verão, 2009/2010. Quadra da Escola de Samba Vai Vai, SP.³⁶

³⁴ Disponível em <https://www.select.art.br/daspu-confronta-pro-bolsonaros/> Acesso em 19.07.2021.

³⁵ Disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,AA1302588-7084,00-GRIFE+DASPU+FAZ+DESFIL+NA+BIENAL+DE+ARTE+DE+SP.html> Acesso em 19.07.2021.

³⁶ Disponível em <https://www.lilianpacce.com.br/moda/daspu-vai-vai/> Acesso em 19.07.21.

Foi, também, com essa ideia que, desde o primeiro capítulo da presente tese, buscamos identificar no surgimento da marca de moda Daspu a coincidência com o caráter eminentemente linguístico, quer dizer, político, de toda a produção contemporânea.

2.5 O porquê dos regimes

Mesmo que já familiarizados com o exemplo da "fonte" de Duchamp, que nos oferecia a possibilidade de reconhecermos a gênese de uma obra de arte, operada ("apenas"?), pelo ato poético de nomeação, que já tivéssemos "aprendido" com as performances futuristas, o happening e tantos outros exemplos "do mundo das artes", a reconhecermos a "validade" de uma produção plástica sem produto ou "resíduo" material, os conceitos de multidão e de palavra encarnada (reificada) foram importantes por nos oferecerem caminhos para pensarmos nas condições de existência no "interior" também, digamos, do "mundo produtivo", de uma marca de moda sem produtos, efetivada, não pela fabricação, mas por intermédio da performatividade enunciativa da palavra, pela "pura" enunciação.

Todavia, se a pura aceitação da hipótese de que uma obra possa vir a ser "produzida" sem que seja fabricada não garante a "vigência" da referida obra como um produto "efetivo" das artes, tanto mais difícil é assumirmos que uma marca sem produtos possa ser de fato reconhecida como pertinente à "indústria da moda". Faz-se necessário acrescentar aqui, às questões referentes às condições de existência do referido modo de produzir, os problemas relativos aos meios pelos quais se efetuaram sua legitimação e aceitação como um ente do "mundo produtivo".

A questão precisa trazer em si, então, uma dupla interrogação, porque não basta sabermos como é possível que DASPU exista: é preciso compreendermos também de que maneira é possível que sua existência "tenha sido inserida" no âmbito do mercado produtivo da moda. Impõe-se, então, à discussão sobre as "condições de existência", uma reflexão complementar a respeito das suas "condições de legibilidade". Em outras palavras, é necessário que se compreenda quais as configurações políticas da linguagem tornaram possível que aquele acontecimento produtivo viesse a ser identificado como um "realizador" de moda.

Foi com o intuito de investir na segunda tarefa, a de pensar nas condições de legibilidade de DASPU como uma marca de moda, que recorremos então aos

conceitos de "parataxis" e de "frase-imagem". O fluxo de nossas ideias nos levou a nos referirmos por várias vezes, sem maiores esclarecimentos, aos conceitos de regime de identificação estético e regime de identificação de representação. A centralidade desses conceitos para o presente trabalho importaria, todavia, sua melhor explicitação. Para esse fim, abordaremos também os conceitos de "partilhas do sensível", política e polícia.

Nas linhas que se seguem, começaremos tratando das noções de "política" e "polícia", com a finalidade de compreendermos o que Rancière deseja denominar por "partilhas do sensível" e, somente na sequência, nos aproximaremos da definição de "regimes de identificação", mais precisamente, de "regime de identificação estético", que é o conceito que efetivamente nos interessa.

Temos consciência da dimensão polêmica da aproximação presentemente proposta das noções de "multidão" e de "regime estético", mas assumiremos o risco. Acreditamos que os possíveis conflitos ou contradições entre os denominados conceitos não impedem a sua apreciação simultânea, visto que ambos se aplicam a aspectos distintos da forma de existência da marca DASPU, e que, portanto, não precisam ser sinônimos ou correspondentes para que "co-laborem" com a nossa compreensão do fenômeno de existência da marca, bem como com a compreensão da lógica geral de produção no pós-fordismo.

2.6 Entrando nos regimes

O prefácio da obra *O desentendimento, política e filosofia* inicia-se com a questão sobre a efetiva existência de uma filosofia política. Dentre muitas razões para a suspeita, Rancière salienta o fato de que, já em Platão, quando do "primeiro caso de encontro" entre política e filosofia, este tenha ocorrido nos termos de uma decisão: "ou a política dos políticos ou a dos filósofos" (RANCIÈRE, 1996, p. 10). Na sequência, num desdobramento de uma citação à *Política* de Aristóteles, "do que há igualdade e do que há desigualdade, a coisa leva à aporia e à filosofia política". Rancière deduz que a filosofia se torna política "quando acolhe a aporia ou o embaraço próprio da política" (idem, p. 11). E que, por sua vez, política:

é a atividade que tem por princípio a igualdade, e o princípio da igualdade transforma-se em repartição das parcelas de comunidade ao modo do embaraço: de quais coisas há e não há igualdade entre quais e quais? O que são essas "quais", quem são esses "quais"? De que modo a igualdade consiste em igualdade e desigualdade?

Tal é o embaraço próprio da política, pelo qual a política se torna um embaraço para a filosofia, um objeto da filosofia. (idem).

Tornar-se objeto da filosofia não pode, todavia, ser confundido com tornar-se explicável pelo filósofo. Nesse ponto, Rancière introduz o importante conceito de "desentendimento", que nomeia, inclusive, a obra em questão. Independentemente da prática social comum de se convidar o filósofo para discutir assuntos pertinentes à política, "para que o convite produza algum efeito de pensamento [não basta que o político aprenda com o filósofo o sentido das palavras que emprega], é preciso que o encontro ache seu ponto de desentendimento" (RANCIÈRE, 1996, p. 11).

O desentendimento – outro ponto central da discussão – não pode ser confundido com falta de entendimento, seja em virtude da ignorância do real sentido das palavras, seja em virtude de um defeito qualquer da comunicação, ou ainda, pela incapacidade intelectual ou cognitiva dos interlocutores. O desentendimento ocorre quando ambos os interlocutores compreendem exatamente a palavra que está sendo enunciada, mas, todavia, ao mesmo tempo, não entendem a mesma coisa a respeito do que se quer dizer com aquela palavra. O desentendimento supõe um entender e um não-entender simultâneos do enunciado.

Não se trata, então, de um sujeito dizer branco e do outro compreender preto. Refere-se à ocasião na qual um sujeito diz branco e o outro entende branco. Mas ambos querem dizer com a palavra branco coisas diferentes. Esse é o caráter propriamente polêmico do desentendimento.

Assim, na República, a "filosofia política" começa sua existência pelo longo protocolo do desentendimento acerca de um argumento sobre o qual todos concordam: que a justiça consiste em dar a cada um o que lhe é devido. Seria cômodo sem dúvida que, para dizer o que entende por justiça, o filósofo dispusesse de palavras totalmente diferentes das do poeta, do negociante, do orador e do político. Coisa que a divindade aparentemente não providenciou e que o apreciador das linguagens próprias só conseguiria suprir a preço de não ser entendido de modo algum. Ali onde a filosofia encontra a poesia, a política e a sabedoria dos negociantes honestos, precisa tomar as palavras dos outros para dizer que diz uma coisa totalmente diferente. É nisso que há desentendimento e não apenas mal-entendido. (Rancière, op. cit., p. 12-13)

A política implica num escândalo, num desentendimento incontornável, visto não poder ser resolvido pela simples capacidade do filósofo de explicar para o artista, o político ou o comerciante, aquilo que eles "realmente" querem dizer com

suas palavras. Conceber o filósofo como um explicador das palavras, das verdades que estão por trás das palavras e que não podem ser compreendidas pelos demais interlocutores – o próprio estatuto da explicação que será explorado mais tarde em obras como *O mestre ignorante* ou *O espectador emancipado* – consiste no cerne do que Rancière considerará como "o conjunto de operações do pensamento" pelo qual se buscaria não produzir uma filosofia política, mas, ao contrário, suprimir, pela via da filosofia, a própria política.

2.7 E quando há política?

Para a reflexão sobre a possibilidade de uma filosofia política que nasça do escândalo do desentendimento que lhe é inerente e não busque "resolvê-lo" valendo-se da mera "explicação" filosófica, Rancière propõe uma investigação das relações entre filosofia e política começando "pelo começo, ou seja, pelas frases ilustres que definem, no Livro I da *Política* de Aristóteles, o caráter eminentemente político do animal humano e assenta, ao mesmo tempo, o fundamento da pólis" (RANCIÈRE, op. cit., p. 17).

Destaca em primeiro lugar, com a referência a Aristóteles, o caráter linguístico da distinção entre o homem e os demais animais. Seria em razão da posse do *logos*, da palavra, que o homem poderia indicar não apenas a dor e o prazer, coisa que também os animais podem fazê-lo por intermédio da voz, mas os sentimentos de útil e nocivo, de bem e mal, de justo e injusto. O filósofo infere que, para Aristóteles, seria a comunidade desses sentimentos possibilitados pelo *logos* o que permitiria a existência tanto de uma família quanto de uma sociedade. Assim, afirma Rancière, "a destinação supremamente política do homem atesta-se por um indício: a posse do *logos*, ou seja, da palavra, que manifesta, enquanto a voz apenas indica" (idem).

Para Rancière, segundo Aristóteles, para que houvesse política não bastou apenas que o animal humano pudesse indicar a sua dor: foi necessário que ele pudesse expressar, por intermédio da fala, o seu sofrimento, o que sentia como útil ou nocivo, "e por consequência, justo e injusto". Rancière tirará partido das contraposições entre útil e nocivo, justo e injusto. Porque a posse da capacidade de falar parece ter permitido ao homem distinguir-se dos demais animais em sua maneira de "participar do sensível". Agora, ele não só pode experimentar as

sensações de prazer e de sofrimento mas, também, reconhecer os juízos a respeito do bem e do mal, do justo e do injusto, e essa seria a raiz da condição política do homem.

Aparentemente, todavia, não está inteiramente clara para Rancière a suposta correspondência entre o útil e o nocivo, visto que, para o autor, em termos etimológicos, o primeiro termo se refira apenas às consequências para o próprio indivíduo de seu modo de agir, e o segundo envolva uma relação entre dois indivíduos (ou seja, de um lado o *Sympheron* – a vantagem obtida pelo próprio sujeito ou comunidade como consequência de suas decisões ou atos –, e do outro o *Blaberon* – o dano, no sentido judiciário do termo, que um sujeito sofre em função da ação de outro). Para Rancière, a partir dessa observação, ficaria comprometido o salto que permitiu a correspondência entre útil e justo, nocivo e injusto, tal como daria a entender a frase de Aristóteles.

Mas não só isso, porque "contanto que se reduza o *blaberon* ao 'nocivo' e se identifique como *sympheron* essas coisas 'vantajosas'", consente Rancière, "é possível dar um sentido preciso à passagem da ordem do útil a do justo: o vantajoso e o desvantajoso são, então, a matéria sobre a qual se exerce a virtude da justiça que consiste em pegar a parcela conveniente" a cada parte ((RANCIÈRE, op. cit., p. 20-21). Entretanto, mesmo que se admita essa passagem e que daí se deduza um fundamento para a justiça centrado na ideia de um "bem comum", isso ainda não permitiria a dedução aristotélica de que a pólis nasceria precisamente da "comunidade" dos sentimentos do bem e do mal, do justo e do injusto, possíveis apenas em virtude do *logos* humano. Para Rancière, enquanto permanecermos nessa relação de equilíbrio entre perdas e danos, ainda não definiremos com isso nenhuma ordem propriamente política.

Para que a comunidade política seja mais do que um contrato entre quem troca bens ou serviços, é preciso que a igualdade que nela reina seja radicalmente diferente daquela segundo a qual as mercadorias se trocam e os danos se reparam. [...] O que os "clássicos" nos ensinam é antes de mais nada o seguinte: a política não se ocupa dos vínculos entre os indivíduos, nem das relações entre os indivíduos e a comunidade, ela é da alçada de uma contagem das "partes" da comunidade, contagem que é sempre uma falsa contagem, uma dupla contagem ou um erro na contagem. (Rancière, 1996, p. 21-22)

Do seu ponto de vista, a política não se assenta no consenso que "organiza" e define as diversas partes que compõe a existência sensível coletiva dos indivíduos

e que, supostamente, suprime ou compensa os danos que podem ser reciprocamente causados. Esse seria na verdade o papel da "polícia".

Chamamos geralmente pelo nome de política o conjunto dos processos pelos quais se operam a agregação e o consentimento das coletividades, a organização dos poderes, a distribuição dos lugares e funções e os sistemas de legitimação dessa distribuição. Proponho dar outro nome a essa distribuição e ao sistema dessas legitimações. Proponho chamá-la de polícia. Sem dúvida, essa designação coloca alguns problemas. A palavra polícia evoca comumente o que chamamos baixa polícia, os golpes de cassete das forças da ordem e as inquisições das polícias secretas. Mas essa identificação restritiva pode ser considerada contingente. Michel Foucault mostrou que, como técnica de governo, a polícia definida pelos autores do século XVII e XVIII estendia-se a tudo o que diz respeito ao "homem" e à sua "felicidade". A baixa polícia é apenas uma forma particular de uma ordem mais geral que dispõe o sensível, na qual os corpos são distribuídos em comunidade. (Rancière, op. cit., p. 41)

Assim, a política não pode ser compreendida apenas como a construção de um comum consensual partilhável em consequência da posse natural do *logos* pelos seres humanos. Como pudemos ver, também a polícia advém da palavra, a quem ela busca disciplinar e distribuir conforme a parcela que é "própria" a cada um e no justo interesse do "bem comum". A simples capacidade de fala não garante o acontecimento político. "A bela dedução que vai das propriedades do animal lógico para os fins do animal político esconde então uma falha. Entre o útil e o justo, há o incomensurável do dano que sozinho institui a comunidade política como antagonismo de partes da comunidade que não são verdadeiras partes do corpo social" (RANCIÈRE, op. cit., p. 35). Para que haja política é preciso que se reconheça e se possa nomear o escândalo que impede o consenso entre o sistema de medições e o incomensurável que lhe atravessa. É preciso que se reconheça a persistência dissensual e polêmica dos sem parte que reclamam sua porção nos lugares e disposições das partilhas do sensível.

O conceito de partilhas do sensível explicita a existência de uma estética "na base da política". Não nos termos em que Benjamin denuncia uma "estetização da política", deixa claro Rancière, mas na medida em que as "formas de partilhas do sensível" são formas de visibilidade, respondem a maneiras de aparecer e se dispor no espaço público. Política e polícia implicam maneiras distintas de interferência nessas partilhas do sensível.

A polícia busca "estabilizar" as formas de partilhas do sensível, o "sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um *comum* e dos

recortes que nele definem lugares e partes respectivas" (RANCIÈRE, 2009, p. 15). A política advém, por outro lado, de um acontecimento que "desorienta" a ordem estabelecida das repartições "das partes e dos lugares [fundada] na distribuição de espaços, tempos e tipos de atividades que determina propriamente a maneira como um *comum* se presta à participação e como uns e outros tomam parte" (idem) no comum das relações sociais estabelecidas. A política não garante a "manutenção" dos entendimentos em curso, pelo contrário, "oferece" evidências sensíveis de um desentendimento incontornável.

Para Rancière, o desentendimento próprio à política, seu escândalo, fica particularmente evidente no caráter problemático do nascimento da democracia grega. Apelando ainda à noção de bem comum, que implicaria na delimitação da exata porção de cada um, conforme seu mérito, Rancière identifica as três características "essenciais" (*axiai*) de existência na Grécia: "a riqueza dos poucos (*os oligoi*); a virtude ou a excelência (*areté*) que dá seu nome aos melhores (aos *aristoi*); e a liberdade (a *eleutéria*) que pertence ao povo (*demos*)" (RANCIÈRE, 1996, p. 22).

O problema aqui colocado não é tanto o de se saber se cada parte está recebendo o que lhe é próprio, sua medida adequada, ou seja, nem menos do que as vantagens que lhe são devidas, nem mais do que as desvantagens que lhe são cabíveis. O problema, o escândalo, não reside pura e simplesmente numa eventual falha aritmética da distribuição das partes. Refere-se a uma questão mais elementar:

O que é [...] a liberdade trazida pelas pessoas do povo à comunidade? E em que lhes é própria? É aqui que se revela o erro fundamental na contagem. Primeiro, a liberdade do *demos* não é nenhuma propriedade determinável mas facticidade pura: por trás da "autoctonia", mito de origem reivindicado pelo *demos* ateniense, impõe-se esse fato bruto que faz da democracia um objeto escandaloso para o pensamento: pelo simples fato de ter nascido em tal pólis, e especialmente na pólis ateniense, depois que a escravidão por dívidas foi abolida, qualquer um desses corpos falantes fadados ao anonimato do trabalho e da reprodução, desses corpos falantes que não têm mais valor do que os escravos — e menos até, já que diz Aristóteles, o escravo recebe sua virtude da virtude de seu senhor —, qualquer artesão ou comerciante é contado nessa parte da pólis que se chama povo como participante dos negócios comuns enquanto tais. A simples impossibilidade, para os *oligoi*, de reduzir à escravidão seus devedores transformou-se na aparência de uma liberdade que seria propriedade positiva do povo, como parte da comunidade. (Rancière, op. cit., p. 22-23)

Que essa parte da população, "a parcela dos sem parte", o *demos*, venha a emprestar sua virtude "particular" para o estado grego — a liberdade — que não é na

verdade nada de sua, visto ser uma mesma virtude que tanto os poderosos, quanto os excelentes, já desfrutavam, que essa virtude, a única de que dispõe o povo – que nada mais dispõe além do próprio direito de ser livre – tenha se tornado o princípio fundador de um tipo de governo que define a forma de partilhas do sensível desse estado – o democrático –, expressa precisamente o tipo de escândalo próprio ao desentendimento que constitui o acontecimento político em oposição à normalidade consensual da instituição policial. Ou seja,

A política existe devido a uma grandeza que escapa à medida ordinária, essa parcela dos sem-parcela que é nada e tudo. Essa grandeza paradoxal já bloqueou a "corrente" das grandezas mercantis, suspendeu os efeitos da aritmética no corpo social. (Rancière, op. cit., p. 30)

Para que o advento político da democracia grega fosse possível, foi necessário o aparecimento polêmico de uma parcela dos sem partes denominada povo e que esse povo (o *demo*) se constituísse como um *krato* e não apenas que o homem tenha podido "expressar" seus sentimentos, por intermédio do *logos*. Eis aí, para Rancière, mais uma vez, uma evidência da existência de uma região de coincidência entre estética e política.

Que o povo, "a parcela dos sem parte", aqueles que deveriam ser invisíveis, por estarem "separados" do âmbito dos assuntos do "Estado", em vista da sua falta de tempo para aquilo que não se refere à sua própria ocupação e ofício, se faça visto, esteticamente inserido na discussão a respeito das coisas comuns, é exatamente o que embaralha as "partilhas do sensível" do mundo grego e confere o caráter polêmico da noção de democracia.

Podemos agora colocar os primeiros termos da nossa discussão em ordem. Sendo assim, partilhas do sensível diz respeito à dimensão propriamente estética de toda ação no mundo público. Ela se refere às formas de visibilidade, às maneiras como as distribuições do espaço comum e dos tempos são sentidas e o modo como cada um pode tomar parte neles. Nas palavras de Rancière, "refere-se ao que se vê e ao que se pode dizer sobre o que é visto" (RANCIÈRE, 2009, p. 17).

A polícia, por sua vez, se refere ao modo como as posições no mundo visível são fixadas e estabelecidas. As regras de convivência, as leis formais, os pressupostos disciplinares da vida em comum, o estatuto dos partidos políticos, os princípios morais estabelecidos etc., dizem respeito à polícia e não apenas o aparato de repressão do estado, como poderíamos imaginar. Diz respeito à polícia tudo

quanto busca "estabilizar" a lógica das partilhas do sensível. A polícia define, por assim dizer, a medida e as disposições de cada um e suas correspondentes formas de tomar parte no todo.

Por outro lado, a política é justamente o acontecimento que vem "embaralhar as partilhas do sensível". Ela vem promover o dissenso no espaço consensual da vida cotidiana, por meio da fala daqueles que não têm direito de falar. Pertence à política a exposição de uma desmedida, um incomensurável que insiste em cobrar sua parte e sua medida. O *logos* da política dá visibilidade à parcela dos sem partes. O agir político é estético exatamente na medida em que a estética "se ocupa do que se vê e do que se pode dizer do que é visto" (idem).

2.8 Puta regime

Fica claro que os conceitos de frase-imagem, partilhas do sensível, mas também política e polícia, referem-se a modos de se relacionar o dizível e o visível, mas precisamente na perspectiva de que esse dizível e esse visível implicam em formas de ordenar ou de embaralhar maneiras de se ocupar e se dispor do mundo sensível. Também as artes, como atividades humanas, estão sujeitas a esses regimes de disposição do dizível em relação ao visível.

É nessa medida que um romance, uma pintura, uma escultura, uma forma indumentária encontram sua dimensão propriamente política. Ao enunciarem maneiras de ver e de dizer, as artes demandam de meios de legibilidade que configurem as disposições entre "o que se pode ver e o que se pode dizer do que se vê". A essas condições de legibilidade Rancière denominará de regimes de identificação. De acordo com Pedro Hussak, esses regimes implicam na reflexão acerca do "conjunto de fatores intelectuais, sociais, culturais, históricos que constituem este ou aquele modo de identificação da arte " (HUSSAK, 2014, p.2).

Para Hussak, a ideia de um regime de identificação pode ser pensada na vizinhança da noção foucaultiana de *epistémê*, como "aquilo que, numa dada época, recorta na experiência um campo de saber possível, define o modo de ser dos objetos que aí aparecem, arma o olhar cotidiano de poderes teóricos e as condições em que se pode sustentar sobre as coisas um discurso reconhecido como verdadeiro" (FOUCAULT apud HUSSAK, op. cit., p. 3). Uma observação importante, ainda segundo Hussak, é que o conceito de regime não se confunda com

a ideia de uma teoria e que, por outro lado, uma vez compreendido no âmbito do conjunto do pensamento de Jacques Rancière, deva ser considerado como

um termo que pertence também ao universo político, podendo significar o próprio ato de governar como também o sistema de governo em vigor, como por exemplo, "regime monárquico" ou "regime parlamentarista". No entanto, todo o espectro semântico do termo ajuda a compreender o que se tem em vista como a ideia de uma regulamentação, como por exemplo, quando se fala em um "regime geral de seguridade social", ou então em certas ciências em que ele é usado como o conjunto das condições gerais que definem os processos de certos fenômenos, tal como "regimes das chuvas". (Hussak, 2014, p. 3)

Nas palavras do próprio Rancière, um regime de identificação se refere a "um tipo específico de ligação entre modos de produção das obras ou das práticas, formas de visibilidade dessas práticas e modos de conceituação destas ou daquelas" (RANCIÈRE, 2009, p. 27-28). Em suma, um regime de identificação das artes aponta para as condições gerais que conferem a um conjunto específico de maneiras de fazer a legibilidade como práticas artísticas e aos produtos desse modo de fazer o nome de obras de arte.

São três os regimes de identificação reconhecidos por Rancière, a saber: regime ético, regime poético, ou de representação, e regime estético. É importante salientarmos que, ainda que os regimes tenham uma "historicidade", ou seja, ainda que Rancière identifique na história configurações específicas do pensamento que possibilitaram a "constituição" de cada um dos regimes, não devemos concluir com isso que os regimes de identificação sejam formas estáticas, fixadas no tempo e dispostas de maneira sucessiva.

Pelo contrário, em *O destino das imagens*, no mesmo capítulo em que aparece o conceito de "frase-imagem", o filósofo, no decorrer da reflexão sobre a montagem em Godard, utiliza o termo "regime estético da arte" no lugar do termo "modernidade", em suas palavras, justamente para "evitar as teleologias inerentes aos indicadores temporais" (RANCIÈRE, 2012, p. 49). Dessa forma, não deve nos surpreender que aspectos de dois, ou mesmo dos três regimes, "convivam" num mesmo espaço de tempo, alimentados e alimentando formas distintas de legibilidade.

Feita a ressalva, a respeito do regime ético, Rancière afirma que nele as artes não são identificadas enquanto tal (RANCIÈRE, 2009, p. 28). A reflexão sobre a arte está subordinada à questão geral sobre a imagem e, mais especificamente, a

questão sobre que tipo de relação as imagens estabelecem com o *ethos*, o modo de ser da coletividade. Esse regime está intimamente ligado, por exemplo, às razões para a exclusão platônica das artes em sua República:

Para Platão, a arte não existe, apenas existem artes, maneiras de fazer. E é entre elas que ele traça a linha divisória: existem artes verdadeiras, isto é, saberes fundados na imitação de modelos com fins definidos, e simulacros de arte que imitam simples aparências. Essas imitações, diferenciadas quanto à origem, o são em seguida quanto à destinação: pela maneira como as imagens do poema dão às crianças e aos espectadores cidadãos uma certa educação e se inscrevem na partilha das ocupações da cidade. (Rancière, 2009, p. 28-29)

O caráter "descabido" da atividade do artista é bastante bem ilustrado pelo episódio em que Sócrates ironicamente se apresenta a Glauco como capaz de "imitar" todas as coisas e, frente à reprovação de seu interlocutor quanto à validade de sua imitação, feita apenas por meio de um espelho, conclui que assim também procedem os artistas. É a questão ética, no fim das contas, a respeito de um princípio "adequado" de distribuição do trabalho, o que justifica a exclusão do artista da República. Na República ideal, onde cada um faz só uma coisa, não se pode encontrar lugar para o trabalho do criador de simulacros. Eis aí a razão porque Rancière atribui ao referido regime o nome de regime ético de identificação.

Os movimentos iconoclastas em todas as suas manifestações estão de algum modo inscritos no referido regime de identificação, mas talvez possamos também estender a vigência desse regime à pergunta em geral sobre se deve existir arte e, ainda à luz da ressalva que fizemos acima, é bem possível que contemporaneamente, no âmbito das discussões políticas ordinárias a respeito da "correta" aplicação de verbas públicas e sua relação com formas de moralidades "conservadoras", venhamos a ser surpreendidos por falas que apontem para a sobrevivência desse regime de identificação.

De todo modo, dos três regimes, o ético é o de que dispomos de menos informações. Aparentemente, tal como sinaliza Hussak (2014), uma vez que o referido regime se ocuparia das imagens e não especificamente da arte, parece que Rancière não estria particularmente interessado em aprofundar a discussão a seu respeito, projetando, ao que tudo indica, um interesse maior no regime estético e na sua contraposição ao regime de representação ou poético. Passemos então para o regime poético ou de representação.

Como dissemos acima, a chave para a compreensão do regime de identificação poético ou de representação está na reabilitação da arte pela poética de Aristóteles. Ao afirmar que a mimesis não era pura produção de simulacros e sim uma *tékhnē*, segundo Rancière, Aristóteles faz com que a arte deixe, por um lado, de ser um "desvio" da verdade, mas, por outro, retira-lhe também o poder de embaralhar as partilhas do sensível das atribuições "produtivas", tal como ocorre em Platão. Porque, uma vez que ela própria se torna uma técnica dentre outras, uma maneira específica de fazer, a arte acaba por se ver também sujeita às regras e hierarquias que lhe são próprias.

Do regime ético das imagens se separa o regime poético – ou representativo – das artes. Este identifica o fato da arte – ou antes, das artes – no par poiesis / mimesis. O princípio mimético, no fundo, não é um princípio normativo que diz que a arte deve fazer cópias parecidas com seus modelos. É antes, um princípio pragmático que isola, no domínio geral das artes (das maneiras de fazer), certas artes particulares que executam coisas específicas, a saber, imitações. (Rancière, 2009, p. 30)

Na sequência ao texto citado, Rancière elencará algumas das principais características do regime de representação, tais como: "o primado representativo da ação sobre os caracteres, ou da narração sobre a descrição, a hierarquia dos gêneros segundo a dignidade dos seus temas e o próprio primado da arte da palavra" sobre a imagem (RANCIÈRE, 2009, p. 32). O regime poético diz respeito à noção de história como "articulação de ações" que, "desde Aristóteles, definia a racionalidade do poema" à qual nos referimos no início do presente capítulo (RANCIÈRE, 2012, p. 49).

Não se trata, portanto, de se reconhecer no regime de representação apenas a "tarefa" mimética da arte. Tal como, na opinião de Rancière, fizeram os defensores da "quebra da tradição representativa", ao confundirem a ruptura com a referida tradição com um abandono da "produção de semelhanças" em favor da afirmação "da superfície plana da tela como o próprio da pintura".

(...) o regime representativo da arte não é aquele em que a arte tem por tarefa produzir semelhanças. É o regime em que as semelhanças são submetidas à tríplice obrigação que vimos: um modelo de visibilidade da palavra que organiza ao mesmo tempo certa contenção do visível; uma regulação das relações entre efeitos de saber e efeitos de *páthos*, comandada pelo primado da ação, que identifica o poema ou o quadro a uma história; um regime de racionalidade próprio à ficção, que subtrai seus atos de palavra aos critérios normais de autenticidade e utilidade das palavras e das imagens para submetê-los a critérios intrínsecos de verossimilhança e conveniências. (Rancière, op. cit., p. 130)

É por essa razão que Rancière considerará o regime estético, em sua ruptura com o regime de representação, não como um regime de "abandono" da "produção de semelhanças", mas como uma quebra da semelhança com uma "tripla obrigação". Vejamos:

A esse regime representativo, contrapõe-se o regime das artes que denomino estético. Estético, porque a identificação da arte, nele, não se faz por uma distinção no interior das maneiras de fazer, mas pela distinção de um modo de ser sensível próprio aos produtos da arte. A palavra "estética" não remete a uma teoria do gosto ou do prazer dos amadores da arte. Remete, propriamente, ao modo de ser específico daquilo que pertence à arte, as coisas da arte são identificadas por pertencerem a um regime específico do sensível. (Rancière, 2009, p. 32)

Rancière definirá o regime de identificação estético das artes como "a ruína da representação". Mas, nos termos do que apresentamos acima, isso não significa um rompimento pura e simplesmente com a pintura figurativa, a perspectiva ou com a "*mimesis*", pensada de um modo geral, como produção de semelhanças. Trata-se da ruptura com o sistema de regulação do dizível e do visível próprio ao regime de representação. Ou seja, o sistema de distinção e hierarquização que não só estabelecia "regras" de separação entre uma arte e outra, mas que, também, "distinguiu as maneiras de fazer das artes, das outras maneiras de fazer e separava suas regras da ordem das ocupações sociais" (RANCIÈRE, op. cit., p. 34).

A partir daqui podemos retomar mais uma vez o fio da discussão que formulamos ao longo do presente capítulo. Afirmamos que a ideia de uma "substituição" de um consumo de produtos por um consumo de marcas deveria ser pensada tendo como fundo uma noção de marca como meio de produção linguístico, e não apenas como meio de referência ou enunciação de valores. A referida afirmação só foi possível porque, implicitamente, já considerávamos viável a utilização do conceito de regime de identificação aplicado à produção industrial em geral, e não somente à produção das artes.

Talvez agora, supondo como possível o deslocamento da noção de regime estético de identificação do âmbito das artes para o âmbito da produção industrial, possamos retomar nossa discussão sobre moda, marca, produção sem produto e pensar nas condições de legibilidade do acontecimento DASPU.

Por mais incômoda que venha a soar essa apropriação – das artes para a indústria –, que ela seja formulada já é uma consequência das próprias condições de legibilidade postas em curso pelo regime estético. No limite, foram essas

condições de legibilidade também que permitiram a Rancière justapor o poeta, "príncipe dos estetas simbolistas", Stéphane Mallarmé e o arquiteto, engenheiro e designer funcionalista, Peter Behrens, e também o que lhe possibilitou, a partir de uma disposição paratáxica, encontrar o comum entre ambos no desejo de "definir uma nova textura da vida comum" por intermédio da ideia de formas simplificadas (RANCIÈRE, 2012, p. 107).

Em janeiro de 2006, quando "DASPU disputa [as atenções] com Bündchen", realizando seu desfile na Praça Tiradentes no mesmo horário em que a top model desfilaria para a marca Colcci na passarela do Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, dentro da agenda oficial do Fashion Rio, Gisele foi convidada pelo jornal *O Globo* a participar de um "bate-papo" com Gabriela Leite, mas se recusou a fazê-lo.

Não sabemos exatamente as razões que levaram a modelo a recusar o convite, mas é óbvio que não se tratou de uma decisão puramente subjetiva, a modelo respondia por seu nome como um "ativo intangível", em última análise, uma marca comercial, que movimentava milhões em contratos de publicidade e direitos de imagem, com deveres e posições formalmente estabelecidas dentro da lógica de funcionamento de um sistema de "geração de valor". DASPU era apenas uma "palavra sem lugar", por isso mesmo, uma porta aberta para o "escândalo" (RANCIÈRE, 1996), um risco para a marca que a modelo pode não ter querido correr.

Parafraseando Rancière, que o desfile da top model e o das putas tenham precisado acontecer em lugares diferentes, no "salão oficial" do Fashion Rio e numa "praça pública", área tradicional de prostituição da cidade, e que Gisele Bündchen tenha se recusado a "conversar" com Gabriela Leite, manifestam, talvez, exatamente, a relutância do mundo disciplinar da moda em conferir legitimidade àquelas cuja "ilegitimidade não vem de seu conteúdo, mas do fato de que [DASPU] não esteja em posição de falante legítimo" (RANCIÈRE, 2014, p. 40).

O escândalo do acontecimento DASPU está no cerne do choque frente aquilo que se dá a ver: um grupo de putas, mulheres invisibilizadas e excluídas do direito de livre circulação pelos lugares comuns da sociedade que, ao reclamarem, por meio de um ato estético, seu direito à repartição dos espaços públicos, "embaralham as partilhas do sensível" da ordem "policial" dos "bons costumes" e do sistema comercial da moda.

As vozes "marginais" e esses corpos destituídos de lugar, ao se forçarem a serem vistos e ouvidos por intermédio da presença estética dos corpos desfilados por DASPU, informam a potência política de existir por meio da qual a marca afirma sua visibilidade como puro direito à existência.

É assim que, mais uma vez, agora, considerando-a sob a perspectiva da noção de regime de identificação estético, reconhecemos novamente o caráter político do "agir-marca" de DASPU. Pois, se com os conceitos de Virno, de enunciados performativos e trabalho virtuoso, reconhecemos os meios linguísticos para a produção de uma marca de moda sem produto, por intermédio dos conceitos de regime de identificação estético e de partilhas do sensível, de Jacques Rancière, encontramos as condições de sua legibilidade no "mundo produtivo".

Em comum, entre os conceitos de um filósofo e de outro, a persistência de um *logos* que se configura político por meio de um agir estético, que nos ajuda a compreender a forma de produzir pela ação (política e estética), que reforça tanto o caráter de excepcionalidade do surgimento da Marca DASPU no "sistema da moda" quanto a ordinariedade das condições que possibilitam esse mesmo surgimento e suas formas de legibilidade.

3. MEU NOME É TUMULTO

*O malandro anda assim de viés*³⁷
(Chico Buarque de Holanda)

3.1 Incomum de dois

Esta tese tem como ponto de partida o caso bastante peculiar de uma marca de moda surgida no Rio de Janeiro, sem produto, constituída muito curiosamente apenas a partir da acidental enunciação de seu potencial nome. Já em seu primeiro capítulo, pareceu-nos, todavia, que o surgimento da DASPU, marca de moda sem produto, seria menos uma anedota a respeito de um caso inusitado do que o exemplo da emergência do político, pela via da estética, favorecido pela condição linguística da produção industrial (ainda podemos chamar de indústria?) contemporânea, por suas circunstâncias específicas de legibilidade e pela circulação comercial de seus "produtos intangíveis".

DASPU foi o acesso por meio do qual adentramos a discussão a respeito dos aspectos intangíveis da produção contemporânea, mas também foi o ponto de contato para refletirmos especificamente sobre o caráter linguístico da produção de moda e, em que medida, de certa forma, esta antecipou esse caráter, radicalizado depois pelo pós-fordismo do modo de ser da produção contemporânea.

A marca instaura uma ação virtuosa de autoprodução pela linguagem, de vozes que enunciam a presença de corpos que supúnhamos destituídos de palavra; embaralha, por assim dizer, as posições, lugares e partilhas do sensível do mundo da moda e da indústria do vestuário. Seguindo esse roteiro, ao longo dos dois capítulos anteriores, esperamos ter deixado claro como ela se constitui, sob muitos aspectos, como uma excepcionalidade.

De fato, entretanto, compreendemos que o surgimento da referida marca não parece se dar apenas como uma excepcionalidade: ele indica, também, de modo paradoxal, uma "tendência geral" do modo de produzir contemporâneo. Cabe-nos, então, compreendermos *onde* e *de que maneira* a excepcionalidade da referida marca se encontra com a ordinariade do modo de ser da produção pós-fordista.

³⁷ Chico Buarque. "A volta do malandro" in *Chico 50 anos, O Malandro* (CD).

Não há dúvidas de que, mais uma vez, nos colocamos diante de uma questão relativa à linguagem.

Impõe-se, todavia, uma consideração, porque é verdade que a linguagem sempre complementou o processo de produção de objetos, seja pela simples nomeação da coisa produzida, seja pela adição de sentidos, valores e demais atributos de prestígio, a partir de estratégias de comunicação e constituição de marcas. Mas não é a isso que desejamos aludir, o encaminhamento que pretendemos dar à questão é o de considerarmos a condição da produção contemporânea prioritariamente como *produção de sentidos*.

Ou seja, a questão não é sabermos se a aplicação de uma marca a determinado produto pode lhe atribuir um incremento de valor, algum sentido particular que venha a gerar um nível especial de atenção ou suscitar alguma camada adicional de interesse, complementando sua condição de existência como mercadoria. A questão a ser formulada é se, ao observarmos a lógica da produção contemporânea, podemos reconhecer a linguagem não apenas como um meio de comunicar certa ideia a respeito de um produto, mas como sendo o próprio meio e a própria matéria da referida produção.

Sem recorrermos a formas de medidas em particular que estabeleçam um sistema de equivalências que despreze sua extraordinariedade, buscaremos, nas linhas que se seguem, identificar o comum sem medida que permite à DASPU figurar na constelação produtiva contemporânea ao mesmo tempo como forma exemplar e desvio.

Buscaremos, a seguir, tratar da nossa percepção de como se dariam a perda dos lugares especiais e a quebra do regime de representação na prática produtiva cotidiana, e de como isso afeta a lógica das relações sociais do trabalho, da produção e do consumo.

3.1.1 Primeiro desvio: produção linguística, regime estético e gestão do caos

A pandemia da Covid-19 colocou o mundo produtivo em estado de alerta. Diante da emergência do imponderável, empresas dos mais variados segmentos viram seus planejamentos estratégicos, com suas missões, valores e metas, mas também suas expertises, suas técnicas de comunicação, atendimento e retenção de

cliente etc., se mostrarem quase como que insuficientes para atender aos desafios presentes de sobrevivência comercial. Foi como se muitos desses gestores também se vissem obrigados a dizer:

Agora, podemos ver espaços distantes, mas o tempo distante ninguém mais vê. A certa altura, alguém anunciou que o futuro havia acabado, mas as coisas não são bem assim, porque o futuro nunca acaba. Simplesmente não somos mais capazes de imaginá-lo. (Berardi, 2019, p. 11)

Qual o valor de um planejamento de longo prazo num contexto onde parece correto afirmar que deixamos de acreditar na possibilidade de um futuro? A pandemia generalizou o sentimento de perda dos lugares especiais de que nos fala Paolo Virno. Não só a condição instável do trabalhador precário, mas a própria precariedade em geral das condições de produção e também a perda do poder de resposta das instituições disciplinares se enunciaram de modo veemente. Impôs-se, com isso, o desafio de planejar frente a um mundo que não apenas pode mudar, mas cujo próprio modo de ser é a instabilidade e a mudança.

Nesse sentido, de fato, a pandemia não fez mais do que colocar em perspectiva uma sensação a respeito da nossa existência, que não se pode chamar exatamente de inédita. As ideias da estabilidade do mundo como algo ilusório, da existência como devir e do mundo como impermanente não são exatamente novas em termos filosóficos.

Seria de fato possível aludir às referidas questões por meio de muitos e variados autores da tradição filosófica; o curioso, porém, é que não nos faltariam também nos escritos sobre gestão contemporânea, mesmo anteriores à covid-19, a idêntica percepção de que a transformação constante, acelerada e imprevisível é a principal marca do mundo no qual vivemos.

É em razão mesmo disso que os best sellers da gestão contemporânea têm preconizado a flexibilidade e a capacidade de se adaptar como os principais "fatores de sucesso" das empresas em nossos dias e, por extensão, como o traço característico mais desejável para o trabalhador atual.

Nassim Nicholas Taleb afirma, no prólogo de seu best seller *Antifrágil: coisas que se beneficiam com o caos*, que não devemos apenas querer sobreviver à incerteza, devemos sobreviver e, além disso, "ter a última palavra [...] a missão é como domesticar, e dominar, e mesmo conquistar, o invisível, o opaco e o inexplicável" (TALEB, 2020, p. 9). Ao longo do referido livro, o autor faz desfilar

afirmações em tom "oracular", tais como: "quem busca a ordem chega à pseudo-ordem: "só obtém algum grau de ordem e controle quem aceita a aleatoriedade" (idem, p. 13).

Não vamos desdobrar aqui a premissa ideológica que organiza seu ponto de vista, sobretudo quando relativiza a sensação de segurança do trabalhador formal, que recebe seu salário todo mês, mas que pode, de um dia para o outro, deixar de receber qualquer salário, "com um simples telefonema do RH", confrontando-a com a incerteza mitigada de um taxista ou de uma prostituta que, apesar, ou mesmo em função, de não ter uma renda regular, conhece sua instabilidade e consegue garantir que seus rendimentos nunca cheguem a zero. Pensando dessa forma, supõe o autor, à medida que a prostituta e o taxista estariam mais atentos à instabilidade de sua renda do que o trabalhador formal, sua condição tenderia a ser menos frágil – ou mais anti-frágil – do que a dele.

Nosso ponto é que, apesar das divergências que possamos ter em relação à tese do autor a respeito das condições sociais de trabalho contemporâneas, ou seja, o seu quase "tá no inferno, abraça o capeta", a percepção da qual ele parte está longe de se constituir uma excepcionalidade, principalmente naquilo que significa compreender a sensação de estabilidade como uma ilusão que esconderia a instabilidade e o risco inerentes à vida, ao trabalho, à produção etc. contemporâneos. Premissa que se evidencia na sua conclusão a respeito das características do consumo e da produção atuais, como determinadas por aquilo que denomina "a família estendida da desordem: incerteza; variabilidade, conhecimento imperfeito e incompleto; acaso; caos, volatilidade [...] tumulto etc." (idem, p. 20).

Poderíamos reconhecer facilmente alguns elementos da família da desordem na descrição que Virno faz da multidão e da perda dos lugares especiais, com alguma adaptação de vocabulário. Poderíamos também reconhecê-los no conjunto de características que, segundo Rancière, marcam a passagem do regime de representação para o regime estético. Nos causa particular interesse perceber sua presença num elenco grande de trabalhos sobre o tema da gestão contemporânea.

As máximas dos modelos tradicionais de gestão, focadas na chamada cultura de resultados fortemente ancoradas na ideia de controle dos processos – metas, indicadores de metas, análise de risco etc. – passaram a precisar se conformar agora com novas "verdades" sobre a produção e o comportamento do consumidor, focadas na palavra de ordem do momento: inovação. Razão pela qual expressões

como *design UX*, cooperação, cocriação, colaboração, mas também, métodos ágeis, adaptabilidade etc. têm assumido posição relevante ao lado dos dados e planilhas dos planejamentos estratégicos de grandes empresas.

As empresas nativas em tecnologias são, de fato, os principais casos de sucesso naquilo que tange às supostas demandas por constantes transformações, sobretudo no que diz respeito à cultura de trabalho com "equipes ágeis",³⁸ como modelo estratégico de sobrevivência em um mundo imprevisível. Mas os entusiastas das mudanças garantem que esse fenômeno extrapola o âmbito das tecnologias, uma vez que a constante transformação dos mercados não afeta apenas o campo tecnológico.

A implementação em escala de uma empresa ágil é uma operação complexa a qual não nos cabe aqui aludir, mas vale a pena chamarmos atenção pelo menos para alguns dos aspectos comportamentais esperados por seu "time de liderança":³⁹

1. **Comunicam, de forma exaustiva até,** a ambição estratégica a um grupo mais amplo de pessoas. Já que sabem que vão delegar muito mais decisões do que antigamente, esses líderes garantem que quem estará tomando essas decisões esteja plenamente alinhado sobre o que fazer e por quê. Com isso, o *como fazem* pode ser fiel à estratégia, mesmo sendo flexível.
2. **Preparam as pessoas para tomarem decisões.** Durante uma transformação, todos têm medo de cometer erros. Por isso, recorrem ao chefe sempre que há uma decisão a tomar. Um líder forte atua como coach e treinador para ampliar a quantidade e a qualidade de tomadores de decisões.
3. **Reforçam as linhas de comunicação entre as equipes.** Para evitar que se tornem um gargalo, eles criam ferramentas que ajudam todos a enxergar o que cada equipe está fazendo em determinado momento.

³⁸ De forma muito simplificada poderíamos dizer que o termo ágil se refere ao documento "manifesto para desenvolvimento ágil de software" (Berez; Elk; Rigby, 2020) produzido por um grupo de profissionais da área. O princípio está, dentre uma série de outras variáveis, baseado na criação de equipes multi-funções, compostas por um grupo reduzido de indivíduos e dispondo de autonomia, inclusive financeira, para desenvolver e testar ideias e protótipos em intervalos de tempo muito curto.

³⁹ Na definição de Berez, Elk e Rigby (2020, p. 123-124) os times de liderança são os responsáveis por contribuir pela transição de uma empresa de um modelo de gestão tradicional para um modelo ágil.

4. **Aceleram ciclos de aprendizado, enfatizam o progresso, não a perfeição.** Eles abraçam a imprevisibilidade e não se deixam retardar pelo excesso de exatidão. Aproximações adequadas já bastam.
5. **Alteram sistemas de avaliação e recompensa para equipes maiores.** Um dos problemas, em momentos de crise, é que as pessoas buscam fazer o melhor para aqueles que conhecem e em quem confiam — em geral pessoas de seus respectivos silos. Um líder eficaz amplia os círculos de confiança e de colaboração.

No presente ponto, mais uma vez, se faz bastante grande a tentação de traduzir as características reclamadas a um "líder eficaz" como aspectos do agir em concerto da produção linguística da multidão, algo que, aparentemente, não seria um grande problema para Virno. Ou enxergar a estratégia de montagem de equipes não-disciplinares, sem prescrição prévia de função ou competências práticas, como uma apropriação ou deslocamento do regime estético das artes para a produção em geral, certamente algo que seria bem mais delicado em relação a Rancière. Deixaremos, porém, as referidas suposições em suspenso e avancemos no mapeamento das condições de produção contemporâneas e nos reflexos que a ideia de um mundo imprevisível e em constante transformação traz para o pensamento sobre as atividades produtivas.

Retomando o fio da nossa reflexão, o caráter aparentemente urgente de tais transformações radicais pode ser muito bem compreendido pelo subtítulo de outro livro sobre gestão e planejamento estratégico, este de autoria de José Salibi Neto e Sandro Magaldi, “As regras da competição mudaram: você está preparado?”. O título da obra é *Estratégia adaptativa, o novo tratado do pensamento estratégico* (2020). Nela, os autores traçam um panorama da noção de estratégia desde as primeiras aparições formais do termo no campo da administração de empresas, em 1962, na obra *Strategy and Structure*, de Alfred Chandler, até os dias atuais, nos quais, para os autores, o termo se tornou quase hegemônico entre os gestores.

Ao longo do percurso narrativo descrito por Neto e Magaldi, percebe-se um deslocamento de ações focadas no âmbito dos recursos internos das empresas, com fins de ampliação da capacidade produtiva, para ações que enfatizam a atenção ao ambiente de consumo externo à empresa, uma vez que – e aí voltamos à questão da

instabilidade do mundo – passa-se a considerar um risco para as organizações "focarem excessivamente seus esforços na eficiência operacional e nas melhorias de processos em um ambiente em mutação" (NETO, 2020, p. 45).

Ou seja, não adianta investir no aperfeiçoamento de um processo, com fins de redução do custo operacional, por exemplo, quando não temos a garantia de que o consumidor, no futuro, continuará interessado no produto ou serviço oferecido. Torna-se mais necessário, sob esse aspecto, que se domine um sistema eficiente de escuta e resposta às demandas imediatas de consumo como condição de sobrevivência num mundo no qual toda e qualquer vantagem competitiva será sempre transitória. O ponto principal de atenção se refere à constatação de que:

Por mais clichê que seja, um dos mantras dessa nova era é que é mais perigoso ficar parado do que se movimentar. As passagens de bastão de líderes da nova economia mostram, claramente, essa perspectiva. Reiteramos: empresas não estão se tornando irrelevantes por testar coisas novas, mas sim por fazer, com excelência, a mesma coisa durante muito tempo. (Neto, op. cit., p. 57)

Os autores, como ilustração do caráter imprevisível dos movimentos do mercado, narram os efeitos da expansão acelerada dos aplicativos de compartilhamento de viagem no Brasil para a indústria automotiva e para as empresas de locação de veículos. Segundo afirmam, a expectativa era muito negativa para as empresas de locação, pois, especulava-se: *o que fará uma pessoa alugar um carro se ela poderá simplesmente pegar um Uber?*

Bom, é fácil perceber que as previsões negativas a respeito dessas empresas não se cumpriram, basta um mínimo de atenção e alguns minutos de conversa com os motoristas de aplicativos para que se ateste a tese dos autores de que as locadoras, em virtude do alto nível de desemprego e do alto custo de um automóvel no país, conseguiram adaptar-se e, numa burla aos princípios elementares da chamada "economia compartilhada" (SUNDARARAJAN, 2018), firmaram parceria com aquela que parecia ser sua maior ameaça, passando a oferecer locação de automóveis a motoristas de aplicativos.

Os dados do ano de 2019 da FENABRAVE (associação de concessionárias de veículos), indicando que "46% de todos os emplacamentos no país foram de frotistas, categoria em que se enquadram as locadoras" (NETO, op. cit., p. 70), parecem suficientes para corroborar o sucesso daquelas empresas. Todavia, vale prestarmos atenção às consequências menos favoráveis para as empresas

montadoras de veículos. Pois, a ampliação da frota de automóveis das empresas locadoras não teve como efeito, tal como poderíamos imaginar, o crescimento das empresas montadoras.

É bem verdade que o setor automotivo se encontra em crise provavelmente em todo o mundo, como consequência da mudança de paradigmas comportamentais em termos de consumo de automóveis. Mas vejamos o que acontece quando aplicamos às montadoras de veículos um raciocínio parecido ao que foi aplicado às locadoras: se pessoas que podem andar de Uber têm menor necessidade de investir na aquisição de um automóvel, e se as pessoas que compartilham automóveis por meio de aplicativos alugam esses veículos de locadoras, quem sobrar para comprar os automóveis das montadoras?

A resposta é simples, e não favorece em nada as empresas montadoras. Porque, além de alguns poucos consumidores, que por luxo ou por dependerem sistematicamente de automóveis em seu dia a dia, se mantêm como clientes dessas empresas, sobraram apenas as locadoras de automóveis para as empresas automotivas realizarem suas vendas. É claro, porém, que em função do volume da transação comercial, as vendas passaram a ocorrer com margens menores de lucro. Sendo assim, a expansão significativa da frota das locadoras não impediu a retração dos lucros, o aumento da capacidade ociosa e, mais recentemente, associado ainda à crise da Covid-19, o fechamento de montadoras no país.

No que diferem os resultados das locadoras e das montadoras? Na opinião de Neto e Magaldi, na maior capacidade adaptativa da primeira em relação à segunda. O mesmo fator que faz com que hoje gigantes da indústria automotiva sejam altamente impactadas por uma pequena empresa como a Tesla, teria sido o que impediu as montadoras brasileiras de aproveitarem a "nova oportunidade" aberta pelos aplicativos de compartilhamento de corridas. Quanto a isso, os autores são taxativos:

A dinâmica presente no mercado automotivo é só um artefato de uma prática existente em todos os setores de atuação e que já vitimou empresas tradicionais nos negócios de mídia, comunicação, turismo, entretenimento, entre tantos outros. No mundo da vantagem competitiva transitória, a estratégia deve ser flexível, capaz de contribuir para que a organização tome decisões com agilidade em resposta às movimentações cada vez mais velozes do mercado (note que toda a jornada que desenhamos acima não levou mais de dois anos para causar uma verdadeira revolução em um setor que se mantinha estável havia décadas). (Neto, 2020, p. 72)

Nosso ponto não é, obviamente, defender ou refutar modelos de gestão. Não nos cabe avaliar o grau de acerto presente no pretenso "novo tratado do pensamento estratégico" dos autores. Nossa questão é considerar o pensamento de fundo que articula os discursos sobre a demanda por agilidade e por novos modelos de gestão.

O fato é que há uma percepção que atravessa a pretensão de encontrar saídas para as crises sociais contemporâneas a partir do próprio mercado, em obras como *Mercados radicais* – Reinventando o capitalismo e a democracia para uma sociedade justa (WEIL, 2019), *De dentro para fora*: como uma geração de ativistas está injetando propósito nos negócios e reinventando o capitalismo (TEIXEIRA, 2015) ou *Povo, poder e lucro*: capitalismo progressista para uma era de descontentamento (STIGLITZ, 2020), que se encontra também em obras que apontam para demandas de novos modelos de gestão, tais como *Reinventando as organizações*: um guia para criar organizações inspiradas no próximo estágio da consciência humana (LALOUX, 2017), *Inovação, do planejamento à ação*: um guia prático para a introdução e lançamento de grandes ideias no mercado (ANTHONY, 2016), *Coopere*: construindo uma cultura de extremo trabalho em equipe (ELIOT, 2014) ou *Capitalismo consciente*: como liberar o espírito heroico dos negócios (SISODIA, 2018).

Que não difere da percepção presente em obras não tão otimistas a respeito dos destinos do capitalismo contemporâneo, tais como: *O futuro do capitalismo*: enfrentando novas inquietações (COLLIER, 2019), *Capitalismo sem rivais*: o futuro do sistema que domina o mundo (MILANOVIC, 2020), *Economia compartilhada*: o fim do emprego e a ascensão do capitalismo de multidão (SUNDARARAJAN, 2018).

Ou mesmo da que se pode encontrar em obras bastante pessimistas até, tais como: *24/7*: capitalismo tardio e o fim do sono (CRARY, 2020), *O capitalismo se desloca*: novas arquiteturas sociais (DOUBOR, 2020), *Realismo capitalista*: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo? (FISHER, 2020).

A ideia comum à longa (porém, não exaustiva) lista de obras acima relacionadas é simplesmente a de que o capitalismo mudou. Para os mais otimistas, mudaram as formas de consumo, de gerenciamento de recursos, de produção etc.; para os menos otimistas, mudaram suas formas de dominação. E desejamos chamar atenção para o fato de que o elenco de obras acima, exemplos escolhidos dentre tantos outros possíveis, nos dão testemunho, fundamentalmente, das

transformações operadas na lógica produtiva contemporânea, doravante centrada na linguagem como condição da produção e amparada em suas novas formas de legibilidade.

Como resultado, de um lado, temos os modelos de gestão que, compreendendo a instabilidade da vida contemporânea, reclamam agora por formas não de garantir, mas de renovar ou atualizar a sua vantagem competitiva, por meio, obviamente, de estratégias que sejam mais flexíveis, adaptáveis e com capacidade de responder rapidamente aos estímulos do mercado. De outro, temos o fato de que, para que isso se torne viável, mostra-se necessário que a lógica dos regimes de identificação das funções e das atribuições do trabalho seja também deslocada. No lugar da especialização, a flexibilidade, a capacidade de se adaptar, a capacidade de improvisar e cooperar. Inteligência e comunicação se tornam os principais ativos da força de trabalho.

As demandas se deslocam, então. Equipes multitarefas que podem ser reunidas, dissolvidas e reagrupadas a depender do desafio a ser superado, tomam o lugar da setorização das competências, distribuídas de acordo com o gênero e o grau de especialização das tarefas a serem executadas. Liberdade, disponibilidade de meios, autogestão do tempo e autonomia no processo decisório, inclusive quanto à gestão orçamentária, em lugar das cadeias de comando rigorosas e hierarquicamente controladas.

Quanto à produção em si, na medida em que se torna mais relevante gerar artificialmente a escassez do que incrementar os processos de fabricação, a principal máquina a ser operada também é a comunicacional. Sendo assim, é pertinente reduzir o custo marginal de produção, liberando as empresas de qualquer "peso desnecessário", seja no que diz respeito a ativos volumosos ou à força de trabalho, que deve se "desterritorializar" na forma do precariado. E sempre que possível, essa desterritorialização se fará por intermédio das tecnologias comunicacionais.

Por mais que as transformações elencadas acima não se manifestem ainda em grande escala em nosso país, ou seja, por mais que um percentual expressivo de nossas empresas ainda sejam geridas sob a lógica da cadeia especializada, com competências fortemente hierarquizadas e centradas na lógica da obediência e do

comando, o germe da transformação⁴⁰ já circula livremente nos discursos e desejos de fundo das "boas práticas" empresariais.

Sendo assim, no âmbito da configuração dos desejos, da afirmação linguística dos valores, enfim, da comunicação, essas transformações já exercem suas influências e, aos poucos, podemos perceber, as tecnologias que alavancam a expansão em escala dessa realidade também vão se enunciando e sedimentando na vida cotidiana. Ou seja, suas formas de legibilidade e validação já se encontram em processo, mesmo que as condições tecno-linguísticas para a sua plena realização ainda não tenham se consolidado.

O fato a ser destacado é que o trabalhador contemporâneo já é virtualmente um virtuoso. Sua força de trabalho já se confunde virtualmente com a sua vida. Seu corpo, sua inteligência, seu modo de atuação já se oferecem ao agir em concerto da produção. As formas disciplinares de comando do trabalho, hierarquias rígidas, delimitação prévia das especialidades, posições e funções, tendem a ceder lugar para formas de controle baseadas em narrativas que fundem empresa e realização pessoal, vida produtiva e prazer. As próprias formas contemporâneas de apropriação da força de trabalho já reclamam a quebra de hierarquias, a substituição de valores como resultado, por realização de propósitos, obediência por iniciativa e autonomia, eficiência técnica, por capacidade de colaboração, previsão e controle, por inovação e adaptabilidade.

Essas transformações linguísticas importam em novas formas de legibilidade e mostram justamente que as condições de produção do capitalismo contemporâneo e os meios de difusão dos seus produtos não exibem apenas o lado perverso da multidão e do seu comunismo do capital (VIRNO, 2013), mas apontam também para a capacidade do capital de se apropriar das premissas do regime estético de identificação como meio de produzir polícia, seguindo aqui a terminologia de Rancière.

3.1.2 Segundo desvio: produção imaterial, consumo semiótico e trabalho virtuoso

Aparentemente, devemos nos debruçar com alguma atenção sobre a preocupação de Jean François Lyotard expressa no capítulo "Reescrever a

⁴⁰ Tal como o germe de individuação de que nos fala Gilbert Simondon (2020).

modernidade”, em *O inumano*, a respeito do poder que as tecnologias teriam de “transformar numa indústria aquilo que chamamos de cultura” (LYOTARD, 1989).

Porque, de fato, o capital contemporâneo desenvolveu uma grande capacidade de captura das práticas sociais, dos valores e aspirações da sociedade e de processamento desses valores e práticas para a forma de ativos comerciais. Essa é, em alguma medida, uma das razões pelas quais a indústria contemporânea não precisa mais ser a fábrica física, localizada na beira de um rio e disposta a transformar matérias-primas extraídas da natureza em produtos utilitários, e sim um operador linguístico capaz de processar qualquer coisa, material ou imaterial, e devolvê-la ao ambiente social na forma de um produto de consumo.

É fato que as tecnologias tiveram um papel importante nesse processo, possibilitando que a busca por uma indústria livre de qualquer peso (redução do número de trabalhadores formalmente contratados, mas também redução da dimensão, ou mesmo da necessidade, dos parques industriais etc.), criticada por Naomi Klein (2002), encontrasse seu destino no capital intangível (MARTINS, 2012), mas temos que reconhecer também que os hábitos de consumo (ou seja, suas formas de circulação e legibilidade) precisaram se modificar para que a transformação fosse completa.

Foi assim que a singela transição de uma cultura de consumo, baseada na propriedade, para outra baseada no compartilhamento, iniciada timidamente pelas locadoras de vídeos, cds e dvds, pôde se radicalizar por meio de plataformas como Netflix e Spotify, mas não só isso: transbordar também para inúmeras outras áreas do consumo contemporâneo. Os aplicativos, os algoritmos, a inteligência artificial, enfim, a eficiência da tecnologia comunicacional possibilitou o que se convencionou chamar de produção com “custo marginal zero”.

Os estudos de Jeremy Rifkin sobre a sociedade com custo marginal zero ajudam a dimensionar a transformação. No caso de bens físicos, por exemplo um relógio, trata-se de um bem rival, porque, se uma pessoa o toma, outra deixa de tê-lo. A centralidade da propriedade privada na sociedade capitalista tradicional encontra aqui toda a sua explicação. No caso das ideias, o fato de eu passar um conhecimento para outra pessoa não me priva dele: o conhecimento é um bem não rival. A principal implicação disso é que o principal fator da produção da economia moderna não tem seu estoque reduzido pelo uso; pelo contrário, pode ser multiplicado indefinidamente. Isso constitui um terremoto epistemológico para as ciências econômicas, baseadas na otimização da alocação de recursos escassos. O principal fator de produção não é escasso, e isso explica inclusive por que tantas corporações buscam gerar artificialmente escassez para poder cobrar o acesso, como acontece com a propriedade intelectual. (Dowbor, 2020, p. 30)

Uma mesma música disponível na plataforma do Spotify pode ser acessada ao mesmo tempo por milhões de usuários, em diversas partes do mundo, a um custo marginal muito pequeno. O mesmo acontece com um filme na Netflix ou na Amazon Prime. Por um valor mensal comparativamente menor do que o que costumava-se despendar na aquisição do CD de um artista em particular, o consumidor tem acesso a um volume quase ilimitado de músicas. Como o custo marginal de disponibilização dessas músicas tende a zero e o alcance do serviço é planetário, a plataforma pode escalar sua receita de modo excepcional.

Via Airbnb, uma pessoa pode se hospedar numa casa de campo confortável por um preço bem menor do que pagaria por um hotel, e os proprietários da casa podem gerar receita por meio do aproveitamento de um espaço que estaria fechado e sem utilidade, eliminando, com isso, a necessidade de investimento na construção de um novo prédio para abrigar um novo hotel ou pousada, por exemplo. Sundararajan relata edifícios residenciais na França que dispõe de frotas de carros que podem ser livremente utilizados pelos condôminos, aplicativos que disponibilizam o sofá de uma residência para pessoas que queiram viajar gastando pouco, ou que lhes possibilitam localizar um automóvel ocioso para empréstimo na região da cidade na qual se encontram (SUNDARARAJAN, 2018).

Aos poucos, então, seduzidos pela eficiência das tecnologias comunicacionais, vamos todos nos inserindo num amplo sistema de aproveitamento dos recursos ociosos, aumentando a massa de empreendedores pela via da economia compartilhada.

Em teoria, as facilidades da tecnologia reduzem os gastos do consumidor e aumentam suas opções de consumo e suas oportunidades de negócio, geram renda extra e colocam em operação o aproveitamento de bens "volumosos e granulares"⁴¹ (idem). Na prática, sem a necessidade de se estabelecer um juízo de valor a esse respeito, transformam todas as pessoas em potenciais trabalhadores invisíveis do

⁴¹ Na definição de Sundararajan, "volumoso" se refere a qualquer bem que, ao ser comprado, obrigue o comprador a adquirir todas as suas funcionalidades, sem importar se ele as utilizará ou não – quando eu compro um celular, por exemplo, pouco importa se utilizarei suas câmeras, o recurso simplesmente virá com o aparelho. E "granularidade" se refere ao grau de utilização e ociosidade do bem adquirido – se eu utilizo meu carro para trabalhar, enquanto me encontro no trabalho, ou em casa, ele permanece ocioso, expressando certa medida de granularidade, mas se utilizo minha bicicleta apenas nos fins de semana, ela apresenta então um grau maior de granularidade do que o automóvel.

mercado, e os bilhões apropriados pelo capital contemporâneo passam a ser "baseados em sistemas imateriais, e não em fábricas" (DOWBOR, 2020, p. 26).

De forma simplificada, para que possamos compreender a questão a qual pretendemos aludir, podemos acompanhar no *Grundrisse* (MARX, 2011) o percurso descrito pelo autor, que vai das trocas primitivas de mercadorias até o surgimento do dinheiro, elevado posteriormente à categoria de mercadoria ideal. Podemos ver também a maneira como a criação do sistema bancário possibilitou a curiosa condição na qual passou-se a poder trocar dinheiro por dinheiro, sem a necessária mediação de outra mercadoria no processo. Essa condição, todavia, em Marx, se referia à excepcionalidade, digamos assim, do capitalismo financeiro (digamos, não produtivo) e o distinguia de um capital produtivo.

Para o capital produtivo gerar mais valia, ou seja, enriquecimento, ele precisava passar por um ciclo de trocas que envolvia dinheiro virando força de trabalho, força de trabalho virando produtividade, e produtividade – na forma do mais-trabalho – retornando para o capitalista, como lucro. No capitalismo contemporâneo, todavia, a produção de riqueza se autonomiza e deixa de ter vínculo direto com o processo de fabricação. A geração de riqueza se torna puramente financeira, imaterial.

O grande aporte de Thomas Piketty foi deixar absolutamente claro o fato de que o sistema assumiu características de autoprodução, pois as aplicações financeiras rendem muito mais do que os investimentos na economia real. As aplicações renderam, em média, considerando as últimas décadas, entre 7% e 9% ao ano. O PIB Mundial cresce, em média, entre 2% e 2,5% [...] Os que auferem rendimentos de aplicações financeiras constituem a nata econômica da sociedade. São pessoas que pouco ou nada produzem, mas possuem "papéis", como ações, títulos de dívida pública e outras formas imateriais de riquezas, que passam a constituir o que temos chamado de "rendimentos não produtivo". (Dowbor, 2020, p. 53)

No sistema capitalista tradicional, o conceito de valor podia ser traduzido como tempo de trabalho objetivado, e o capitalista, para ampliar seus lucros, precisava aumentar a produtividade, ou seja, a "produção de trabalho alheio não pago" (MARX apud ROSDOLSKY, 2011, p. 44). Ele podia fazer isso aumentando, tanto quanto possível, a quantidade de horas trabalhadas por um empregado, gerando mais-trabalho absoluto ou o tanto que um empregado era capaz de produzir, dentro de uma mesma quantidade de horas, gerando mais-trabalho relativo. Entretanto, no capitalismo contemporâneo, "os signos financeiros levaram a uma partenogênese do valor, criaram dinheiro a partir de dinheiro sem a

intervenção criadora da matéria física e do trabalho braçal" (BERARDI, 2020, p. 22).

Ainda segundo Berardi:

Nas últimas décadas do século que acreditou no futuro, marcadas pela hegemonia política do dogma neoliberal, a mão visível foi assimilada à tecnologia global da máquina linguística, e a linguagem, o ambiente básico da humanidade, foi transformada em um sistema cabeado, automatizado.

[...] A financeirização da economia deve ser vista, em essência, como um processo de subsunção dos processos de comunicação e de produção à máquina linguística. Invadida por um fluxo semiótico imaterial, a economia foi transformada em um processo de trocas linguísticas; ao mesmo tempo, a linguagem foi capturada pela máquina digital-financeira e transformada em uma recombinação de segmentos operacionais conjuntivos. A máquina tecnolinguística que constitui a teia financeira age como um organismo vivo cuja missão é fazer o mundo secar até a última gota. (Berardi, op. cit., p. 27)

O capitalista contemporâneo não precisa mais ser, conforme nos faz ver Paolo Virno, o detentor dos meios de produção. Ele precisa controlar os meios de comunicação e o conhecimento formal, o que faz por intermédio das patentes e propriedades intelectuais. A tarefa de fabricação de algum componente ou produto, quando necessária, pode ficar por conta de pequenas fábricas que disputam espaço no mercado por licenças de fabricação; e a produção de conteúdo, por conta dos próprios usuários, como é no caso do Youtube e Spotify. Em tese, a necessidade de capacidade instalada de uma empresa como a Apple ou Microsoft pode chegar, em termos relativos, perto de zero. Seu produto, no final das contas, não são os aparelhos que circulam no mercado, mas os ativos intangíveis de custo marginal zero: conhecimento tecnológico e prestígio da marca, dentre outros.

Situação bastante singular porque indica que não só os bancos podem comercializar um bem imaterial (o dinheiro, como abstração real), na forma do empréstimo financeiro, gerando mais-valor sem a necessária mediação da produção, em sentido estrito, mas também a indústria pode comercializar bens imateriais, ignorando quase completamente, quando não completamente, a cadeia de transformações a que nos referimos anteriormente. Essa nova realidade contraria, em absoluto, a lógica descrita por Marx:

Em outras palavras, considerando de maneira precisa, o processo de valorização do capital – e o dinheiro só devém capital pelo processo de valorização – aparece ao mesmo tempo como seu processo de desvalorização, sua desmonetização. E isso, em duplo sentido. Primeiro, à medida que o capital não aumenta o tempo de trabalho absoluto, mas diminui o tempo de trabalho necessário relativo pelo aumento da força produtiva, ele reduz os seus próprios custos de produção – reduz seu valor de troca,

na medida em que estava pressuposto como determinada soma de mercadorias: uma parte do capital existente é constantemente desvalorizada com a diminuição dos custos de produção aos quais pode ser reproduzida; não com a diminuição do trabalho que nela está objetivado, mas com a diminuição do trabalho vivo que agora é necessário para se objetivar nesse determinado produto. (Marx, 2011, p. 327-328)

Como para Marx valor é quantidade de trabalho objetivado, o texto acima chama atenção para o fato de que toda melhoria de processo redundava numa redução de valor, uma vez que a quantidade de trabalho necessária para a materialização de determinado produto será reduzida. Todavia, nas linhas que se seguem à referida citação, o filósofo indicará ainda outro aspecto paradoxal da produção capitalista, referindo-se ao fato de que o próprio processo de produção, em si, já implica num estado temporário de desvalorização do capital.

[...] A desvalorização da qual se trata aqui é a do capital que passou da forma de dinheiro à forma de mercadoria, de produto que tem um determinado preço que deve ser realizado. Como dinheiro, o capital existia como valor. Agora existe como produto, e só idealmente como preço; mas não como valor enquanto tal. Para valorizar-se, isto é, para conservar-se e multiplicar-se como valor, teria primeiro de passar da forma de dinheiro à forma de valores de uso (matéria-prima – instrumento – salário); mas, com isso, ele perderia a forma como o valor; e agora tem de ingressar de novo na circulação... (Marx, *idem*, p.327-328)

Os dois paradoxos se referem a aspectos diferentes da correlação entre trabalho e valor. No segundo caso, como para Marx a existência de "cada elemento da riqueza material não fornecido pela natureza teve sempre de ser mediada por uma atividade produtiva especial, direcionada a um fim, que adapta matérias naturais e específicas a necessidades humanas específicas" (MARX, 2020, p. 120), ao longo de todo o processo produtivo o capital precisava ser constantemente convertido em mercadorias, e isso depreciava momentaneamente seu valor, porque enquanto o trabalhador produzia uma mercadoria, o capital, ao deixar de ser dinheiro, era retirado de circulação, mantendo-se nesse estado intermediário até que a mercadoria pudesse ser comercializada e, assim, reconvertida em dinheiro.

O fato é que o capitalismo semiótico suprime a fase intermediária de depreciação do capital, precisamente porque há cada vez menos correlação entre produção e trabalho. Produzir e fabricar deixam de ser termos necessariamente correlatos.

A ideia de valor como tempo de trabalho objetivado perde força frente a um modo de produção que se efetiva apenas linguisticamente, sem a necessária

mediação do trabalho. E mesmo quando ocorre, o trabalho não está mais, necessariamente, vinculado à uma fábrica, no sentido físico do termo, ou à uma empresa, no sentido jurídico.

Nos encontramos aqui diante de uma configuração do capitalismo que Franco Berardi denomina semiocapitalismo (BERARDI, 2020). Um capitalismo semiótico, linguístico. E a característica geral das configurações sociais contemporâneas pode ser resumida num parágrafo da introdução de *Asfixia*: “O poder financeiro se baseia na exploração do trabalho cognitivo e precarizado: em sua forma contemporânea, o intelecto geral está separado do corpo” (idem, p. 1).

É significativo o fato de que, na economia, os chamados mercados financeiros tenham adquirido o status de avalistas das políticas públicas. Todas as noites os jornais nos prestam informações a respeito da satisfação ou insatisfação dos mercados com relação aos atos e decisões dos governos. Os jornais se empenham em nos informar quem são os políticos que gozam de maior ou menor prestígio dos mercados e nos esclarecem a respeito da importância da referida legitimação.

De uma hora para outra, nos tornamos todos defensores do mercado, porque, em hipótese, sem mercado não existem recursos para a saúde e para as políticas do estado, não existe estabilidade e crescimento econômico e, por extensão, emprego. Devemos ficar felizes com a felicidade do mercado, porque a sua felicidade é condição incontornável para a geração de felicidade e “bem estar” sociais. Confundimos, por assim dizer, o mercado com a sociedade, sua ciência com o conhecimento a respeito das necessidades da sociedade e, principalmente, seus interesses com os interesses sociais. Todavia, como nos faz ver Berardi,

no sentido econômico, o crescimento não se relaciona ao aumento da felicidade social ou à expansão do volume total do valor de troca. O produto interno bruto, o principal indicador de crescimento, não é a medição do bem-estar social e do prazer, e sim uma medição monetária.

Felicidade social e infelicidade não dependem em geral da quantidade de dinheiro que circula na economia, mas estão relacionadas à distribuição de riqueza e ao equilíbrio entre as expectativas culturais e a disponibilidade de bens físicos e semióticos. (Berardi, 2020, p. 66)

Uma das consequências “naturais” das transformações descritas por Berardi é, obviamente, a reconfiguração radical da lógica de apropriação da força de trabalho pelo capital semiótico.

O trabalho está sendo submetido a um processo paralelo de pulverização e desterritorialização, a chamada "precariedade" (ou "precarização do trabalho"). Precarização não é só a perda do trabalho formal e dos salários, mas também o efeito da fragmentação e da uberização das relações trabalhistas, o rompimento dos vínculos entre trabalhador e território. Afinal, o trabalhador cognitivo não precisa estar ligado a um lugar. E sua atividade pode ser distribuída ao longo de um território sem fisicalidade. (Berardi, op. cit., p. 65)

Dessa forma,

(...) as antigas categorias econômicas (salário, propriedade privada, crescimento linear) não fazem mais sentido nessa nova situação. A produtividade do intelecto geral, em termos de valor de uso (de produção de mercadorias semióticas úteis) é virtualmente ilimitada, então como seria possível medir o valor do trabalho semiótico, já que seus produtos são imateriais? Como são determinadas as relações entre trabalho e salário? Como medir o valor em termos de tempo, se a produção cognitiva do trabalho (criatividade, afetividade, linguística) não pode ser quantificada e padronizada? (idem)

Difícil saber se o trabalho precisou se tornar virtuoso para que fosse precarizado ou se foi necessário precarizá-lo para torná-lo o mais universalmente virtuoso possível. Entretanto, é fato que uma condição favorece e potencializa a outra, resultando assim nos milhões de trabalhadores invisíveis que cooperam anonimamente no agir em concerto que constitui o comunismo do capital ao qual Virno se refere como uma das características do pós-fordismo (VIRNO, 2013).

Sob o fundo das discussões agora dispostas, pensamos poder indicar o fato de que se o surgimento da marca DASPU, por um lado, pode ser considerado como uma excepcionalidade no que se refere ao campo industrial da moda, fica claro, por outro, que as condições linguísticas para a sua produção sem produto e o regime de identificação que lhe garante legibilidade já compõem o repertório do sistema de produção e consumo do capitalismo semiótico.

Há, porém, um terceiro desvio que desejamos operar aqui, porque, além de tudo quanto já pudemos afirmar a respeito do capital e da "indústria" pós-fordista, parece-nos ainda conveniente reconhecer que a transformação linguística da qual vimos tratando está também ancorada em formas de legibilidade comumente referidas, não aos produtos industriais em geral, mas, mais especificamente, à produção artística.

3.1.3 Terceiro desvio: capital entrando no regime

Não nos parece mera coincidência que jargões do "mundo das artes", que inúmeros "gestos", comuns às atividades "criativas" em geral, se encontrem cada vez mais disseminados pelos modelos contemporâneos de produção e gestão, traduzidos na forma dos conceitos de economia criativa e de inovação, bem como de suas “ferramentas de propagação” – design de experiência, *business model canvas*, *design thinking*, design total, gestão do capital intangível etc.

Não podemos, portanto, nos deter apenas no reconhecimento do empréstimo ou apropriação do vernáculo das artes pela indústria e pelo capital. Precisamos avançar numa direção talvez um tanto incômoda para todos nós que nos interessamos pelo tema das artes e pela relação entre o estético e o político.

A hipótese em questão é sabermos se não teria sido a própria produção artística quem nos teria mostrado pela primeira vez que o vínculo entre produzir e fabricar poderia ser "quebrado" pela linguagem. Porque, realmente, as formas de legibilidade que tornaram familiares para nós as condições de um produzir linguístico, espírito e carne do trabalhador precarizado – quer dizer, virtuoso, quer dizer, político – não parecem ter se configurado, pela primeira vez, nos chãos de fábricas.

Ou não nos parece fácil constatar, também, que uma tela de Picasso, ou de qualquer dos outros grandes artistas que nos venham à memória, terá sempre um valor comercial que excederá, em muito, o custo do material empregado ou o tempo de trabalho executado pelo artista para produzi-la? De certo, o valor excedente incorporado à obra, em virtude do prestígio do artista, pela qualidade técnica, por “gênio criativo”, ou por qualquer outra razão que seja, precisamos reconhecer, já é da ordem da produção imaterial.

Nesse sentido, seria justo afirmarmos, como Argan, em *Projeto e destino*, que “bem me agradaria responder que a arte é um recinto sagrado”. Todavia, basta olharmos para “o mundo das artes” e para a maneira como já se encontra ele próprio circunscrito a um sistema de mercado e de formulação de valor “imaterial”, que pouco ou nada se diferencia dos regimes de circulação do capital, para concluirmos, tal como o crítico, que “a arte é apenas uma fortaleza já assaltada, na qual ainda se combate” (ARGAN, 2004, p. 12).

Em *Projeto e destino* – num sentido que ainda não é o que pretendemos

abordar, mas que pode nos ajudar a avançar em nossa reflexão – Argan identifica um processo de aproximação entre os modos de produzir da indústria e o pensamento a respeito dos significados do produzir das artes. A interlocução entre os dois mundos será mediada, segundo o autor, pelo surgimento e a consolidação do campo do design.

Argan afirma que a “história do industrialismo moderno” poderia ser identificada por três fases. A primeira seria a da revolução industrial, da “repetição mecânica”. A segunda, a de reconhecimento do caráter racional dos processos mecânicos, para a qual as artes viriam a ser “úteis” desde que pudessem se tornar “puramente racionais”, dado que “não pode haver beleza fora da racionalidade, porque fora da racionalidade não pode haver idealidade” – e aqui já estamos, de acordo com o autor, falando das primeiras “incursões” do design no mundo industrial. Mas os avanços da linguagem das artes em direção ao mundo industrial parecem não ter se encerrado por aí.

Por um lado, a célebre frase "Você pode comprar seu Ford T de qualquer cor, desde que ele seja preto" – atribuída a Henry Ford no início do século XX, expressa de modo bastante veemente as prioridades de uma indústria cuja atenção se projetava, aparentemente, na melhoria do processo de produção com o objetivo de aumento de escala e potencialização dos lucros. Sob essa perspectiva é que a oferta de um produto de cor única importaria para a otimização da linha de montagem, e a opção pela cor preta, ao que parece, em virtude do tempo mais curto de secagem daquele pigmento, complementaria as decisões necessárias ao processo.

Por outro lado, porém, com a consolidação da presença do design no âmbito da produção industrial e o ingresso dos problemas relativos à forma, composição, cor, recepção, qualidade do discurso, dentre outros, típicos das artes nas "planilhas" de projetos das fábricas, a "pura racionalidade" do trabalho fabril parece ter aberto espaço para questões referentes aos aspectos sensíveis dos produtos, até o ponto em que a célebre máxima do fordismo, acima aludida, passa a precisar disputar espaço com outros conjuntos de valores. Para Argan, essas mudanças decorrem de transformações sofridas pela própria ideia de ciência e racionalidade.

Ninguém doravante pode mais confinar a racionalidade humana dentro dos limites da velha lógica formal: as proposições euclidianas não servem mais para definir o espaço, a geometria tende a transbordar na física, a topologia fixa o caráter fenomênico daquelas formas nas quais se reconheciam as eternas formas da mente pensante, a fenomenologia elimina as fronteiras entre nômeno e fenômeno, entre

ente e existente. Agora há verdades que não podem mais ser expressadas em fórmulas, mas apenas em formas, e para atingi-las já não servem mais os processos lógicos, mas é preciso recorrer a processos intuitivos, totalmente semelhantes àqueles que são tradicionalmente reconhecidos como típicos processos estéticos. (Argan, 2004, p. 12)

A terceira fase de “superação do racionalismo mecanicista” seria aquela na qual, segundo o autor, o “inventor de formas”, o artista, viria a ser reconduzido a um grau idêntico de relevância ao do “inventor de processos”, o engenheiro, o gestor etc., porque:

a experiência da realidade se dá no fazer e não no contemplar, a cada ato humano está ligada uma experiência formal ou estética; a presença de um fator estético é a prova da possibilidade social da produção, ou da sua criatividade interna, do mesmo modo como a carência desse fator é a prova da negatividade social da produção. (idem)

Não seria absurdo afirmar, entretanto, que nos encontramos hoje um passo adiante dos previstos por Argan. Um passo no qual a imaginação, a criatividade e, não só, mas também, a própria linguagem, são absorvidas como commodities pela “máquina tecnolinguística” (BERARDI, 2020) e – radicalizando o movimento descrito por Semprini (2010) – traduzidas em mercadorias semióticas cuja função extrapola a do atendimento das necessidades materiais, em direção à tarefa de preencher a vida contemporânea com sentidos.

Não podemos ignorar a hipótese de um semiocapitalismo engendrando uma máquina de produção tecnolinguística que parece também se valer – de modo perverso, que seja – da aspiração social por um comum sem medida, viabilizada por intermédio das tecnologias comunicacionais disponíveis.

Aparentemente, o regime estético das artes, para nos mantermos na terminologia de Jacques Rancière, pode não nos ter oferecido apenas chaves para a compreensão das artes, mas antecipado as formas de legibilidade das relações sociais de consumo contemporâneas. O próprio filósofo reconhece que o que está em jogo na mudança de um regime para outro ultrapassa a simples significação atribuída a obras de arte, ao afirmar que,

com a vitória da página romanesca sobre a cena teatral, o entrelaçamento igualitário das imagens e dos signos na superfície pictural ou tipográfica, a promoção da arte dos artesãos à grande arte e a pretensão nova de inserir arte no cenário de cada vida em particular, trata-se de todo um recorte ordenado da experiência sensível que cai por terra. (Rancière, 2009, p. 23)

Vejamos bem, "todo um recorte da experiência sensível". Portanto, a mudança de uma forma de legibilidade das artes para outra implica numa mudança geral da experiência sensível. Sendo assim, ainda que o regime estético seja reconhecido por Rancière como aquele no qual a política acontece, por meio do embaralhamento das partilhas do sensível, da quebra das hierarquias etc., não parece injusto perguntarmos como a polícia reagiria ao referido embaralhamento e, até mesmo, o que aconteceria se o capital assimilasse as sensibilidades inerentes às suas formas de legibilidade.

3.1.4 Quarto desvio: a arte de produzir sem produto

O comum entre arte, regimes de identificação, trabalho virtuoso e semiocapitalismo, que se abre aqui para análise, postas de lados todas as medidas, é precisamente a palavra, o *logos*. A linguagem está no centro das discussões de Rancière a respeito da política, seja no que se refere aos sem partes que reclamam (portanto, falam sobre, enunciam) a sua parte ou a recuperação da distinção aristotélica entre voz e fala e sua definição do "animal político" como um "animal linguístico", implicando na exclusão do escravo que, "se compreende a linguagem, não a possui" (RANCIÈRE, 2009, p. 16).

Mas não só isso, também os elementos da gramática, especialmente aqueles referentes à sintaxe, aos quais o autor recorre para definir a passagem do regime de representação ao regime estético, são evidências bastante significativas de que, ao analisar um romance ou a adaptação de uma tragédia grega, o filósofo está discutindo fundamentalmente as formas e as condições de existência política. Ou seja, a política também aparece em Rancière, em alguma medida, como palavra encarnada. Oxímoros, parataxes, frase-imagem, termos dos quais o filósofo lança mão para configurar o regime estético, podem ser vistos também como formas linguísticas, não hegemônicas, de legibilidade das relações sociais.

Nossa hipótese é a de que o mesmo movimento que nos possibilitou romper com as hierarquias e posições do mundo disciplinar, que nos possibilitou suspeitar dos fundamentos a priori das instituições do regime de representação, possa ter sido também o que nos deu condições de nos inserirmos no mundo da produção e do consumo linguísticos. Em outras palavras, parece-nos ter sido primeiro nas artes que os lugares especiais da fala vieram a ruir.

Talvez seja isso o que esteja em questão no reconhecimento de Lyotard de uma "convivência entre o capital e a vanguarda" (LYOTARD, 1997). O filósofo também não está falando aqui da apropriação pura e simplesmente da vontade de arte pela política, ou mesmo da dimensão mercadológica das vanguardas artísticas. A referida convivência se refere ao fato de a economia capitalista não ser, por exemplo, acadêmica ou fisiocrática (idem, p. 109). E por ser, ainda,

(...) num certo sentido, uma economia regulamentada a partir de uma ideia, a riqueza ou a potência infinita. [O capital] não consegue apresentar nenhum exemplo na realidade que verifica essa ideia. Ao subordinar-se à ciência, por meio de tecnologias, sobretudo da linguagem, a economia capitalista torna, ao contrário, a realidade cada vez mais inapreensível, sujeita à questão, ao enfraquecimento. (idem)

É talvez a atenção ao tipo de sensação expressa pela citação de Lyotard que Virno quer nos despertar com a provocativa afirmação, objeto de sua décima tese em *Gramática da multidão*, do pós-fordismo como um comunismo do capital:

As metamorfoses dos sistemas sociais do ocidente durante os anos 80 e 90 podem ser sintetizadas de modo mais ou menos pertinente com a expressão: comunismo do capital. Isso significa que a iniciativa capitalista orchestra em seu próprio benefício precisamente aquelas condições materiais e culturais que asseguravam um calmo realismo à perspectiva comunista. Se pensarmos nos objetivos que constituíam o eixo daquela perspectiva: abolição desse escândalo intolerável que é o trabalho assalariado; extinção do Estado enquanto indústria da coerção e “monopólio das decisões políticas”; valorização de tudo aquilo que torna irrepitível a vida do indivíduo. Pois bem, no curso dos últimos vinte anos pôs-se em cena uma interpretação capciosa e terrível desses mesmos objetivos. Em primeiro lugar: a irreversível contração do tempo de trabalho socialmente necessário sucedeu-se com o aumento do horário para os que estão “dentro” e a marginalização para os que estão “fora”. Inclusive quando se está ante uma escassez extraordinária, o conjunto dos trabalhadores dependentes é apresentado como “superpopulação” ou “exército industrial de reserva”. (Virno, 2013, p. 89-90)

A expressão comunismos do capital, que beira também um oxímoro, é, definitivamente, uma provocação, mas não deixa de expressar de modo veemente aspectos da vida produtiva contemporânea. Principalmente se buscarmos compreendê-la disposta em conjunto com outra afirmação do filósofo de *A gramática da multidão*, que reconhece a indústria cultural como um tipo de "indústria de bases" do pós-fordismo.

Minha hipótese é que a indústria da comunicação (ou ainda melhor, do espetáculo, ou também, da indústria cultural) é uma indústria dentro das outras, com suas técnicas específicas, seus procedimentos particulares, suas peculiares utilidades etc., mas, que por outra parte, leva também a cabo o papel de indústria dos meios de

produção. Tradicionalmente a indústria dos meios de produção é a indústria que produz máquinas e demais instrumentos para serem empregados, depois, nos mais diversos setores produtivos. No entanto, em uma situação na qual os instrumentos de produção não se reduzem a máquinas, mas consistem em competência lingüístico-cognitiva indissociável do trabalho vivo, é lícito pensar que uma parte notável dos denominados “meios de produção” consista em técnicas e procedimentos comunicativos. (Virno, op. cit., p. 43-44)

Realmente, se buscarmos fazer um extrato das formas de consumo e produção e da situação do trabalhador no capitalismo semiótico, tal como tentamos delimitar ao longo do presente capítulo, podemos facilmente chegar à concordância com dois aspectos aos quais Virno aludia a respeito do pós-fordismo, a saber: a produção contemporânea é produção pela linguagem, produção sem a necessária mediação do trabalho útil, produção criativa, "inovativa", geradora de valores imateriais, produtora de sentidos, mesmo quando envolve algum artefato fabril.

E quanto à situação do trabalhador, parece que podemos também reconhecer que a sua atitude é a do agir em concerto, e a chave do seu modo de ação produtiva é a colaboração. A tendência geral da relação do referido trabalhador com o capital é o precariado, um modo perverso de atender aos anseios por liberdade, gestão do próprio tempo, flexibilidade e dispensa dos vínculos de obrigação para com um patrão ou empresa em particular.

Ainda, como tendência geral, consumir deixa de ser *comprar* e passa a ser *compartilhar*. Economia do compartilhamento em substituição a uma economia de consumo de bens volumosos. E claro, a forma básica do consumo se torna o consumo de experiências, consumo abstrato de produtos semânticos.

Comunismo do capital, então, é a expressão utilizada por Virno para ilustrar, dentre outras coisas, a hipótese de que a promessa de generalização, para todos os trabalhadores, da "atitude livre" e da autonomia de decisões do artista frente ao seu trabalho, fora convertida em novas formas de dominação pelo capital:

Às costas do fordismo esteve a revolução socialista na Rússia (e, ainda que derrotado, um intento de revolução na Europa ocidental). É lícito perguntar qual tumulto social fez o prelúdio do pós-fordismo. Pois bem, creio que nos anos 60 e 70 deu-se no Ocidente uma revolução derrotada. A primeira revolução não insurrecional contra a pobreza e o atraso, mais especificamente, contra o modo de produção capitalista, portanto, contra o trabalho assalariado. Se eu falo de revolução derrotada não é porque muitos falassem de revolução. Não me refiro ao carnaval da subjetividade, mas a um dado de fato mais sóbrio: por um longo período de tempo, tanto nas fábricas como nos bairros populares, nas escolas como em certas delicadas instituições estatais, enfrentaram-se dois poderes contrapostos, com a conseguinte paralisação das decisões políticas. Desde este ponto de vista – objetivo, sóbrio –

pode-se sustentar que na Itália e outros países ocidentais, houve uma revolução derrotada. O pós-fordismo, isto é, o “comunismo do capital”, é a resposta àquela revolução derrotada, tão distinta da dos anos 20. A qualidade da “resposta” é igual e contrária à qualidade da “demanda”. Creio que as lutas sociais dos 60 e 70 possuíam expressas instâncias não socialistas, e mais, anti-socialistas: crítica radical do trabalho; um acentuado gosto pelas diferenças ou, caso se prefira, um refinamento do “princípio de individuação”; já não mais a aspiração a apoderar-se do Estado, mas a atitude (às vezes muito violenta) de defender-se do Estado, de dissolver o vínculo estatal como tal. Não é difícil reconhecer princípios e orientações comunistas na falida revolução dos anos 60 e 70. Por isso o pós-fordismo, que constitui uma resposta a dita revolução, deu vida a uma paradoxal forma de “comunismo do capital”. (Virno, op. cit., p. 43-44)

De certo modo, é como se Virno testemunhasse, na consolidação da lógica de produção e nas condições materiais do trabalhador pós-fordista, a realização daquilo que parecia preocupar o filósofo Walter Benjamin quando, em 1955, publica “A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica”, e se põe a discutir as consequências da assimilação do cinema e da fotografia ao “mundo das artes”. Parece claro que, não obstante o interesse que o filósofo poderia ter sobre as artes em si, a questão de fundo que norteia sua reflexão se refere à hipótese de que as novidades técnicas pudessem se afigurar como parte da estratégia do capital para a criação dos meios de supressão do proletariado.

No centro de suas preocupações está o impacto que a “metamorfose do modo de exposição pela técnica” (BENJAMIN, 1994, p. 183), por exemplo, teria para a política em geral, principalmente no que se refere ao caráter midiático do político profissional daí advindo. Preocupações alicerçadas, talvez, na ideia de que “no interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência” (idem, p. 169).

Não estamos em nada aqui nos afastando do pressuposto de uma estética atuando na base da política como um “sistema das formas a priori determinando o que se dá a sentir” (RANCIÈRE, 2015, p. 16). Conhecemos a ressalva de Rancière a respeito de estar tratando de uma dimensão estética da política que não pode ser confundida com a estetização da política de que nos fala Benjamin. Esse fato não nos afasta, todavia, de pensarmos que, paradoxalmente, a experiência estética possa vir a ter nos oferecido um regime de legibilidade capaz de nos familiarizar com os princípios da organização produtiva e de consumo contemporâneas.

Não se trata também de considerarmos que as artes sejam responsáveis pela transformação, como se fosse o caso aqui de encontrarmos nas artes as responsáveis pelas formas linguísticas de dominação do capital. Ou como se estivéssemos invertendo o pressuposto heideggeriano de que a salvação para o mundo técnico sairia das artes, em virtude da familiaridade destas com aquele e em razão de que "onde mora o perigo é lá que também cresce o que salva" (HEIDEGGER, 2001, p. 31).

Nossa hipótese é apenas a de que o regime de identificação com o qual lemos as obras de arte seja o mesmo do qual nos servimos para compreendermos as demais experiências sensíveis da vida. E da mesma maneira que a coincidência entre produção e *poiesis* nos parece fundamental para a compreensão das vanguardas do século XX, não deixa de ser essencial para se compreender o papel que a palavra passa a ter na produção industrial contemporânea e a consequente posição do trabalhador, tornado, em geral, um virtuoso.

Parece-nos definitivamente claro que as formas de legibilidade que possibilitam a identificação e a assimilação das transformações que estamos discutindo não tenham nascido no seio da indústria, porque, mesmo a indústria de prêt-à-porter da moda, que parece ter sido a inspiração para os *ready made* de Marcel Duchamp, não foi capaz de um deslocamento produtivo tão radical quanto o do artista. A moda, apesar de ter sido, talvez, o primeiro "lugar" do mundo industrial no qual o nome, a assinatura, foi incorporado ao produto como meio imaterial de agregação de valor, permanece ainda hoje como um setor da produção industrial com alta demanda por manufatura. Ela depende do trabalho manual em grande escala e, principalmente, precisa produzir coisas, roupas físicas que possam ser vestidas.

A moda sempre esteve atrelada à produção fabril dos objetos do vestuário (CHRISTO, 2016). Sempre precisou de roupa, costura, modelagem, tecido, fabricação etc. Enfim, de algum elemento material sobre o qual poderia aportar sua dimensão semiótica, suas atribuições de valor, designações de posição e sentimentos de pertencimento e distinção.

Por isso mesmo, a discrepância entre produção material e valor imaterial na moda acaba por se expressar na assimetria do *quantum* de apropriação dos lucros da produção pelos diversos agentes do campo produtivo. Basta vermos o percentual

apropriado pelas costureiras ou modelistas e o percentual apropriado pelos chamados criativos.

Essa é, inclusive, a questão de fundo da denúncia de Naomi Klein a respeito do fato de grandes marcas de moda esconderem um sistema de exploração da força de trabalho. Questão amplamente discutida nos nossos dias, que aparece, de uma forma ou de outra, nas pesquisas a respeito do campo de produção da moda de Flávio Sabrá (2016), Deborah Christo (2016) e de uma série de outros trabalhos acadêmicos, e que recebeu sua forma estética no desfile da estilista Serpica Naro (figuras 21 e 22), na semana de moda de Milão de 2005, narrado por Barbara Peccei Szaniecki em seu artigo "De São Precário à Serpica Naro: arte, cultura e multidão" (in COCCO, SIQUEIRA, 2014).



Figuras 21 e 22 - desfile de Serpica Naro, semana da moda de Milão, 2005.⁴²

Szaniecki relata a grande expectativa do mundo da moda a respeito da exótica designer de origem anglo-nipônica, sediada em Tóquio, que estrearia na semana de moda de Milão. Tanto mais após os escândalos envolvendo a denúncia de “vampirismo social” e de exploração de trabalhadores precários:

No fechamento do desfile da curiosa coleção, a passarela de Serpica Naro foi invadida por jovens militantes que revelaram a verdade por trás do factóide: foram eles que, com a “benção” de São Precário, conseguiram organizar um desfile original com orçamento apertadíssimo, em tempo mínimo de três semanas compensado por um máximo de cooperação.

Somos nós que produzimos imaginários, cultura, conflito e radicalidade partindo de nós mesmos, dos nossos desejos, da nossa condição de trabalho e de vida, e da raiva

⁴² Disponível em https://www.researchgate.net/figure/fig3_273699456 Acesso em 19.07.2021.

que inevitavelmente brota da miséria social que nos engloba. E conseguimos realizar tudo com grande esforço, nos retalhos de tempo, no seio de ocupações acrobáticas e com orçamentos ridículos. (Szaniecki in Cocco, Siqueira, 2014, p. 92)

O desfile-protesto dos trabalhadores precários deixa claro exatamente o fato de que a moda, a despeito da imensa máquina semiótica que contribui com o funcionamento de suas engrenagens, ainda não se faz sem trabalho produtivo. Pode ser que, no futuro, com o avanço das tecnologias de *body scanner* e da impressora têxtil 3D, essa realidade mude; mas hoje, a despeito do clima de magia e encanto que se queira dar, por meio da exibição dos produtos de passarela, das top models, e do "glamour" dos estilistas, a moda ainda é um produto híbrido, fabril, criativo e manufatureiro (CIETTA, 2017). Precisa ser desenhada, modelada, cortada e costurada, no chão de uma confecção, para que se torne roupa, objeto, produto comercial.

Sendo assim, não foram a moda, como indústria do vestuário, e nem o design de produto (foco aparentemente das discussões propostas por Argan) que "ensinaram" o mundo industrial a produzir sem produtos. Se formos buscar a expressão desse modo imaterial de produção em uma das duas práticas, o mais próximo que poderemos chegar será, talvez, o regime de licenciamento de marca dos grandes criadores de moda ou as formas desmaterializadas do design: design estratégico, design total, design de serviços etc. Mas precisaremos reconhecer, todavia, que também essas formas linguísticas de agregação de valor só são possíveis dentro de certo regime de legibilidade cuja configuração original se dá, de fato, no "mundo das artes".

Foram as artes que primeiro romperam com as relações entre produção e fabricação, foram as artes também que, pela mesma via, desfizeram o vínculo entre valor e tempo de trabalho. Foi com Duchamp e Warhol que aprendemos que obras de arte poderiam ser produzidas a partir de objetos industriais prontos, por intermédio da ação poética da linguagem. Foram a performance e o happening que nos mostraram que uma produção artística visual não precisava ter como produto uma obra de arte material.

Foi Joseph Beuys quem primeiro nos provocou com a hipótese de que pensar também pudesse vir a ser uma forma de esculpir. Foi Hélio Oiticica quem reconheceu que o artista tem o poder de se apropriar de qualquer coisa no mundo, tal como "um buraco no chão aberto por funcionários da prefeitura", e se desejar,

basta esse gesto de apropriação para que o buraco se torne uma obra sua, não importando, inclusive, que possa vir a ser fechado no dia seguinte.

Tomamos exemplos de artistas com projetos, trabalhos e trajetórias tão diferentes porque desejávamos apenas delimitar uma ambiência, uma tendência comum da qual compartilham. Independente das diferenças entre os programas de cada um, eles nos ensinaram a nos relacionar com os objetos do mundo – e por que não, com suas mercadorias? –, bem como com a noção de produção sob um regime de identificação que Rancière define como a "ruína do sistema de representação" (2009, p. 47).

Ou seja, um regime de legibilidade que desobriga a arte de toda e qualquer regra específica, de toda hierarquia de temas, gêneros etc. E que, operando assim, implode também com as medidas que impunham uma separação entre as maneiras de fazer das artes, as demais ocupações e as demais maneiras de produzir do mundo.

Nesse sentido, as condições para a desmaterialização da produção, nos termos defendidos por Pinheiro (2014) ou Semprini (2010), podem muito bem ser reconhecidas, de modo antecipado, no movimento das artes visuais de ruptura com a tradição técnica. Não se trata de realizar uma comparação exaustiva, que faça corresponder a cada acontecimento do "mundo das artes" uma característica do "mundo produtivo", mas de se perceber como as artes anteciparam a cisão entre produção e fabricação que norteia hoje a lógica produtiva do semiocapitalismo.

E nem precisamos ingressar no âmbito da cripto arte ou na escultura invisível de Io Sono, escultura mental do artista italiano Salvatore Garau, que se tornou notícia recentemente ao ser vendida por mais de dezoito mil dólares, para chegarmos a essa constatação. Partindo da colagem cubista à performance futurista, passando pelos *ready made* de Duchamp, os bólides de Oiticica ou pelas sopas Campbell de Warhol, já dispomos de material suficiente para pensarmos que por mais que a moda e o design compartilhem do modo de geração de valor das artes, e possam até ser reconhecidos como mediadores entre "mundo industrial" e "mundo das artes", ainda se encontram muito distantes do caráter linguístico – ou poderíamos dizer poético – que as produções artísticas que elencamos acima assumiram. Foi com as artes que produção e fabricação encontraram pela primeira vez, na linguagem, o seu ponto de separação.

3.2 Viés de puta é malandragem

Como já dissemos, a moda permanece sendo uma indústria manufatureira. Exceto, é claro, quando tratamos da marca de moda DASPU. Eis, talvez, a razão pela qual a referida marca atravessou um percentual significativo de páginas do presente trabalho. Afirmamos que sua existência como marca embaralha as partilhas do sensível do mundo da moda e que esse reconhecimento problemático – digamos assim, – político –, só é possível dentro do regime de legibilidade que Jacques Rancière chama de estético. Defendemos, também, que DASPU aparece como um caso excepcional de produção sem produtos, no seio de uma atividade manufatureira, e que as condições para o seu surgimento foram identificadas como exemplares do próprio modo de produzir do pós-fordismo.

No ponto em que chegamos, porém, cumpre-nos a tarefa de identificar agora, paradoxalmente, a sua excepcionalidade em relação ao próprio regime linguístico que lhe oferece as condições gerais de existência. Porque, para começo de conversa, precisamos reconhecer: DASPU não é um "*case* de sucesso" do mercado.

Na verdade, ao que tudo indica, DASPU nunca conseguiu monetizar o seu valor de marca. Acompanhando os relatos de Lenz sobre o surgimento da marca é possível compreender que uma das razões para isso foi justamente a maneira inusitada como ganhou sua vida. No momento em que a imprensa começa a se interessar pela história e a buscar informações a respeito de seus produtos, não havia nada o que mostrar. Segundo Lenz, o conceito da primeira coleção "folia, com roupas de festas; básica, para o visual dia-a-dia, e lingerie, direcionada às prostitutas que trabalham em locais fechados, com direito a peças picantes" (LENZ, 2008, p. 47) foi forjado entre uma ligação e outra de um jornalista. Mas, pronto, ou mesmo desenhado, não havia nada.

Bom, até aí, nada demais, o grupo agiu com oportunismo (no sentido ordinário da palavra), aproveitando a visibilidade conquistada e se virando como podia, a despeito da falta de conhecimento técnico sobre produção de vestuário, sobre os conceitos de estilo ou o funcionamento do mercado de moda.

A questão é que, acompanhando o percurso da marca desde os seus primeiros passos até hoje, fica claro que DASPU participou de exposições de arte, realizou desfiles, firmou parcerias com multimarcas, teve espaço de divulgação no Fashion Rio, desfilou no MASP, rendeu trabalhos e pesquisas acadêmicas, livros,

documentários, diversas entrevistas, matérias e editoriais de moda em jornais, sem que isso demandasse a regularidade produtiva que se espera de uma marca com tamanho prestígio, e, mesmo quando desenvolveu alguma coleção (salvo na eventualidade disso ter ocorrido com a sua produção de camisetas), o seu principal vetor de sucesso nunca foi o comercial.

Sendo assim, se DASPU foi a porta de acesso para ingressarmos na reflexão a respeito das condições contemporâneas de produção pela linguagem, por outro, admitindo-se que a expressão principal disso que consideramos ser o capitalismo semiótico é a autoprodução do capital sem a mediação do trabalho produtivo, ela também não dispõe do suficiente para permanecer na referida posição.

Paradoxalmente, então, DASPU nos coloca diante de uma marca de moda que existe sem produto, mas que não se realiza como capital, ao mesmo tempo em que se trata de uma marca de moda que é, na verdade, um coletivo, que no fim das contas é uma linha de ação de um grupo de ativistas do movimento de defesa dos direitos das prostitutas, que virou marca de moda, mas que não se realiza como caso exemplar de negócio, porque não monetiza efetivamente seu valor de marca.

Ser um meio de ativismo faz de DASPU uma grande marca de moda, ser uma marca de moda faz dela uma grande potência de ação coletiva. Ser uma marca de moda sem produto faz dela uma excepcionalidade para o mundo da moda, ao mesmo tempo em que a identifica com as condições ordinárias de produção do pós-fordismo. Ser um sucesso de marca que não se desdobra em sucesso comercial faz dela um caso imprevisto de sucesso. É na circulação anfíbia entre as diversas posições disponíveis que DASPU se realiza como produção virtuosa, voz e ruído das condições linguísticas da produção contemporânea.

Para que compreendamos melhor o modo anfíbio como DASPU participa dessas condições linguísticas sem, todavia, habitá-las, pode ser útil analisarmos uma aproximação possível entre o têxtil e o texto. Sem adentrarmos em questões técnicas demasiado específicas, parece oportuno tecermos algumas considerações a esse respeito.

Um tecido plano, dito assim em termos gerais, é construído por dois conjuntos de fios que se estruturam segundo duas orientações. A orientação do urdume e a orientação da trama. O urdume corresponde à orientação que se refere ao comprimento do tecido, e a trama, à orientação da sua largura. O tecido em si é o produto da tessitura desses dois fios.

Pois bem, quando desejamos fazer de um tecido uma peça de vestuário, essas duas orientações (trama e urdume) tornam-se particularmente relevantes. Isso se dá porque o fio da urdidura (urdume) é aquele que sustenta a estrutura da trama. Durante o processo de tecelagem ele permanece fixo e é o fio da trama que se movimenta, se entrelaçando nele (figuras 23 e 24). Assim, cortar um tecido no sentido da urdidura pode "des-estruturá-lo".



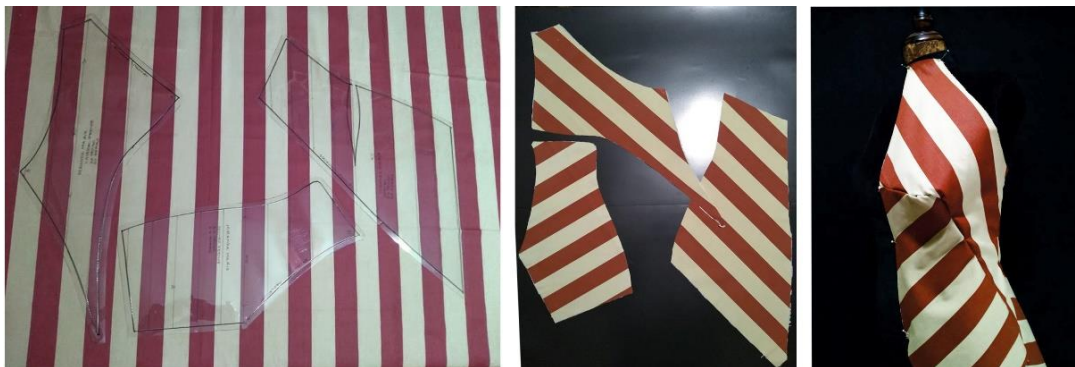
Figuras 23 e 24 - À esquerda, vemos verticalmente, a orientação do urdume e à direita, verticalmente, a orientação da trama o fio.

A maneira mais comum de se cortar um tecido plano, para evitar que isso ocorra, é o sentido da trama. Todavia, se o corte de um tecido plano no sentido da trama permite que ele não se desestrua, por outro, como o corte nesse sentido não interfere na estrutura ortogonal do tecido, ele manterá também a sua rigidez. O resultado do corte será então mais rígido, menos flexível e maleável (figuras 25 e 26).



Figuras 25 e 26 - Tecido estampado com listras no sentido do urdume e modelagens dispostas para corte no sentido da trama.

Pois bem, há uma terceira maneira de se cortar um tecido plano que é a que, de fato, nos interessa para a reflexão que desejamos empreender: trata-se do chamado corte em viés (figuras 27 a 29). Um corte realizado num ângulo de quarenta e cinco graus que permite uma modelagem mais flexível, que se acomoda melhor ao corpo, mas que, ao mesmo tempo, não compromete a estrutura do tecido (figuras 30 e 31).



Figuras 27 28 e 29 - Corte em viés: posicionada em ângulo de 45 graus, a modelagem agora é cortada em viés. No manequim, metade da peça está pré-montada para costura. O corte enviesado trará relativa "elasticidade" para o ajuste da peça ao corpo.



Figuras 30 e 31 - Manequins com exemplos de um mesmo tecido, respectivamente, em modelagem com corte reto e em viés.

Podemos agora, então, dar curso à analogia que desejamos fazer e afirmar que o *viés* é o modo como DASPU recorta o tecido da produção contemporânea da moda. Ela não desfaz a sua estrutura, nem tampouco segue os caminhos rígidos da sua trama. A cultura popular carioca tem outro nome também para designar essa maneira peculiar de atravessar o tecido social da cidade: *malandragem*.

E "o malandro anda assim de viés", nos diz o verso do samba de Chico Buarque. Seria justo talvez afirmar que a ação oportunista de DASPU, e seu modo de realizar aquilo que até o momento temos denominado produção linguística, não passa, na verdade, de pura *malandragem*. Vejamos o que nos diz o samba de Chico Buarque:

A volta do malandro

Eis o malandro na praça outra vez
Caminhando na ponta dos pés
Como quem pisa nos corações
Que rolaram dos cabarés

Entre deusas e bofetões
Entre dados e coronéis
Entre parangolés e patrões
O malandro anda assim de viés

Deixa balançar a maré
E a poeira assentar no chão

Deixa a praça virar um salão
Que o malandro é o barão da ralé.⁴³

A primeira informação que o samba nos oferece a respeito do malandro é a de que o malandro tem uma existência política. É na praça que ele aparece "caminhando na ponta dos pés". A malandragem aqui se mostra como um modo de existência pública. O malandro atravessa o comum da cidade; para fazê-lo, todavia, sabe que precisa caminhar *na ponta dos pés*. O caminhar do malandro é atento porque sabe que sua presença afeta as partilhas do sensível, desafia os lugares e as posições estabelecidas.

O andar malandro é mais do que uma habilidade técnica, é potência anfíbia de existir e tomar parte em um comum, sem pertencer a nenhuma de suas parcelas. Porque não existe, de partida, nenhum lugar que lhe seja reservado, o malandro circula por todos os cantos, vai aonde quer e faz da praça um salão.

Para que possa caminhar entre deusas e bofetões / entre dados e coronéis / entre parangolés e patrões, o "malandro anda assim de viés". O malandro é uma figura marginal, mas não queremos dizer com isso que ele seja um excluído. O andar do malandro funda suas próprias margens, constituindo um tipo de participação no comum, que é sem parte. O malandro habita seus próprios passos, de uma ponta a outra do tecido social não encontra um espaço onde se possa fixar, mas também não conhece lugar por onde não possa atravessar. DASPU também anda assim, de viés. Talvez isso explique o seu aparecimento e a relevância que adquiriu no corpo do presente trabalho.

Não intentávamos com o presente trabalho investigar se "está reservada à arte a suprema possibilidade de sua essência no meio do perigo extremo" (HEIDEGGER, 2001, p. 37). Tão pouco esperamos que DASPU venha nos "salvar" do mundo do capitalismo tecnolinguístico. Entretanto, precisamos reconhecer que do mesmo solo onde cresceram as formas de apropriação, produção e circulação do semiocapitalismo, brotou também uma marca de moda cujo modo de ser é a existência malandra e seu resistir a ser *um*.

⁴³ BUARQUE, C. A volta do malandro, in: *Chico 50 anos, O Malandro*.

Conclusão

Apenas por um fio

Parece-nos uma tarefa bastante difícil oferecer ao encerramento do presente trabalho um fechamento perfeito. Revisitando o conjunto de textos constantes dos capítulos anteriores, diante da quantidade e da variedade dos temas abordados, temos a sensação de que, se partíssemos de pontos diferentes e construíssemos variados percursos de leituras, poderíamos propor também diversas articulações e, por consequência, versões bastante diferentes para a conclusão do nosso texto, sem que isso significasse, necessariamente, equivocar-se ou ser-lhe de alguma forma injusto.

Tendo chegado, todavia, o momento de terminar, o que faremos nas linhas que se seguem será puxar um fio de dentro do tecido de questões, conceitos e maneiras de fazer que se encontram emaranhadas de um ponto a outro da reflexão sobre "o regime estético da multidão e o lugar comum do consumo e da produção industrial linguística no pós-fordismo". Dessa maneira, desejamos dispor numa nova trama, aqueles conceitos e questões em companhia dos quais acreditamos poder tirar o melhor proveito para o encerramento da nossa tese.

A ponta que escolhemos para puxar foi a da constatação de que as formas de produção e consumo contemporâneos vivem uma transformação radical. Transformação essa que tem sua origem nas mudanças operadas pela lógica das relações sociais nos nossos dias. Foi também desse lugar que principiamos, antes mesmo que uma única linha sequer do presente trabalho tivesse sido escrita. Foi desde aí que surgiu nosso interesse pelos problemas da produção no pós-fordismo e pelos conceitos que vieram nos socorrer e nos perturbar ao longo de toda a pesquisa. Pareceu justo, então, retomar agora esse fio.

Nossa abordagem relativa às referidas transformações se articulou em duas chaves interpretativas principais: o conceito de multidão, tal como empreendido pelo filósofo e semiólogo Paolo Virno, e o conceito de regime estético, do filósofo Jacques Rancière.

O cenário a partir do qual buscamos investigar as referidas transformações foi a moda. A razão para a sua escolha está no fato de percebermos a própria produção de moda como constituidora de uma ambiência social híbrida que, em si,

já toca de muitas maneiras em aspectos relevantes para a compreensão dos conceitos tanto de multidão quanto de regime estético.

Foi assim que, no esforço de "delimitar" um conceito sobre o que viria a querer dizer a palavra moda, terminamos por reforçar seu caráter plural, não-delimitável. Impossível de ser reduzida a uma disciplina específica: atravessada por muitas maneiras de dizer-se, a moda vista como que perpassando os campos da arte, da produção industrial, da manufatura, das relações sociais, do consumo, do desenho, do corpo solitário que se veste, da comunicação etc., sem se permitir representar inteiramente por nenhuma das referidas contingências.

Foi também por intermédio da reflexão sobre ela que encontramos algo como um germe da constituição da palavra, como garantia de diferenciação e afirmação de exclusividade para um produto acabado. Das etiquetas de Worth aos licenciamentos de Cardin, vimos a maneira como a moda trouxe para o ambiente comercial da indústria atributos de promoção de valor mais comumente presentes no mundo das artes. O produto material *roupa*, complementado pelo atributo imaterial *marca* (ou assinatura), aparece então como um germe do consumo imaterial em geral.

Terminamos por perceber que, se a moda dispõe de muitos traços que nos permitem reconstituir o regime de produção de valor do capitalismo clássico, e, em diversas medidas, antecipar aspectos do capitalismo linguístico contemporâneo, relativamente a este, todavia, não é com ela, mas com as artes, provavelmente, que encontraremos as maiores aproximações.

E isso pode ser visto, tanto no que se refere às condições de produção – em virtude das familiaridades entre o trabalho do artista e os aspectos do agir em concerto, da perda dos lugares especiais, do trabalho virtuoso, da quebra das hierarquias e embaralhamento das funções, dentre outros, próprios ao pós-fordismo –, quanto nos modos de assimilação e promoção (validação, compreensão, identificação etc.) do consumo, também familiar à aceitação de uma obra de arte contemporânea, naquilo que se refere às suas formas de legibilidade.

Marginal a toda essa tessitura aparece a marca de moda DASPU. Resultante das condições gerais de produção e legibilidade do pós-fordismo, a marca nos faz pensar a respeito de um modo particular de participar do comum sem se permitir, entretanto, pertencer a ele. Não se constituindo como o objeto particular de análise do presente trabalho, está longe, porém, de poder ser tratada como mera ocorrência.

Pelo contrário, ruído e voz da produção contemporânea da moda, a marca nos socorre inúmeras vezes ao longo da presente tese para nos dar a conhecer, de uma só vez, tanto o que a moda e a produção pós-fordista são quanto aquilo que jamais poderiam vir a ser.

Foi DASPU quem nos permitiu encontrar um caminho para tecermos os diversos aspectos implicados na constituição das correspondências atuais entre virtuosismo, semiocapitalismo, linguagem, estética, política, produção industrial e consumo. Foi também com ela que chegamos a um lugar comum entre multidão e regime estético.

Na tentativa de compreendermos as condições especiais de produção sem produto de DASPU e o seu modo polêmico (quer dizer, político) de inserção no mercado de moda, foi que percebemos a necessidade de colocarmos em "colaboração" o repertório conceitual dos dois principais filósofos sobre os quais se apoia a presente tese.

Mas mesmo o referido processo não se deu de maneira linear. Precisamos operar esse recorte em viés, pois não se tratava apenas de nos servirmos do repertório filosófico atrelado ao conceito de multidão para abordar a dimensão produtiva da marca, e do repertório pertinente ao de regime estético para tratar da sua vigência e recepção no mercado da moda.

Com o conceito de multidão, ferramenta utilizada por Virno para refletir sobre a esfera pública contemporânea, buscamos lançar luz sobre os efeitos que o afastamento daqueles valores estáveis intrínsecos à noção de povo trouxe para as configurações gerais da produção industrial, do trabalho e, por fim, de uma dimensão que não é especialmente tratada pelo filósofo, mas, igualmente importante: a do consumo.

Com Virno, reconhecemos a cena social contemporânea como algo que se desenrola sobre um palco que resiste à unicidade, que é antipopular, irrepresentável e não familiar. São esses os aspectos aos quais o filósofo deseja aludir ao definir a multidão como sublime. A voz como o feitiço que nos coloca no mundo, a fisionomia das palavras e o poder de encarnação do ato enunciativo, mas, também, a perda dos lugares especiais da fala, a precariedade do trabalho virtuoso e a instituição de perigosas proteções são alguns dos aspectos da multidão sobre os quais DASPU nos ajudou a pensar.

Como, porém, um encontro não perspectivado de duas paralelas, por outro lado DASPU também nos leva a pensar, com Rancière, na condição sensível do consumo imaterial do capitalismo semiótico contemporâneo, na disposição paratáxica das mercadorias e na possibilidade de saída desse regime de consenso, por intermédio do comum sem medida que se faz possível pela disposição descoordenada de imagem e palavra (frase-imagem), uma vez suprimidas a separação entre o dito e o visível, bem como a suposição de alguma hierarquia entre ambos.

Ainda com Rancière, nos vimos convidados a refletir sobre as dimensões do político e da polícia na produção industrial, na condição do trabalhador pós-fordista e nas formas de circulação de mercadorias dos nossos dias. Bem como no papel que o regime estético pode ter tido para a construção de uma sensibilidade própria à produção e ao consumo contemporâneos.

No esforço de compreendermos a paradoxal excepcionalidade e exemplaridade de DASPU em relação ao mundo produtivo contemporâneo e às formas atuais de validação e circulação das mercadorias, percebemos que, ainda que por razões metodológicas, tenhamos nos esforçado em separar sempre que possível um conceito do outro, contávamos com o desafio de fazer caminharem lado a lado os dois conceitos – multidão e regime estético –, sem, contudo, confundi-los ou reduzi-los a meros sinônimos ou correlatos.

E partindo então desse comum sem medida, para nos valermos de uma expressão inúmeras vezes explorada ao longo da tese, pensamos ter encontrado a reverberação de aspectos das formas de produção, trabalho e consumo no pós-fordismo, a partir da disposição paratáxica de DASPU, multidão e regime estético.

Parece que encontramos agora, de fato, uma maneira de concluir.

Por trás, o verso

Invertendo então os fios da nossa trama, podemos agora contar a mesma história de trás pra frente. O regime estético das artes se contrapõe ao regime de representação. Ao fazê-lo, substitui formas de legibilidade centradas na distribuição prévia e ordenada das posições e hierarquias, na delimitação das condições e propriedades, dos gêneros e das funções sociais, e das maneiras de fazer e de tomar parte no comum, por formas de legibilidade que apontam para a possibilidade de constituição de comuns sem medidas.

O comum sem medidas do regime estético, nascido nas artes, redefiniu nossa maneira de experienciar sensivelmente não só as obras de artes, mas também os demais objetos da sensibilidade, no mínimo, aqueles que nos mobilizam, nos desamparam ou fascinam. Nos ensinou a duvidar dos gêneros e propriedades previamente estabelecidos e da própria separação entre as maneiras de fazer das artes e demais maneiras de fazer.

É nesse regime que a disposição paratáxica das formas de vida sociais podem construir um comum sem coordenação, podem se ligar sem "e" e sem "ou", podem abrir espaço para um modo sintagmático de existir coletivo que não precisa mais de uma estrutura prévia que lhe seja por garantia de produção de sentido e, menos ainda, que lhe estabeleça, de partida, uma forma pré-definida de pertencer.

Regime que favorece o acontecimento político à medida em que, embaralhando as partilhas do sensível do regime de representação, traz junto às regras dispostas pelo que se instituiu no mundo como polícia, o escândalo das vozes que reclamam a parcela dos sem partes. O regime estético institui o meio de visibilidade dos invisíveis, mas também, aparentemente, o lugar onde se aprende a tocar nos intangíveis.

Considerando o conceito de regime estético como um conceito que colabora com o de multidão para a compreensão das condições linguísticas da produção contemporânea, vimos como ele pode nos fornecer as formas de legibilidade necessárias à compreensão da configuração das relações sociais de produção e consumo atuais.

A definição negativa de multidão oferecida por Virno aponta para um tipo particular de individuação coletiva, antipopular, não estatal, que não se permite representar e na qual os lugares especiais da fala caem por terra, abrindo caminho para a perturbação, em uma existência pautada apenas pelos lugares comuns. Ou seja, pela existência genérica da linguagem, sem porto seguro e, numa apropriação do pensamento de Rancière, sem aquelas instituições prévias que regulavam, mas que também ofereciam, as garantias e familiaridades sedimentadas pelas formas de legibilidade do regime de representação.

A multidão se faz política quando seu modo de agir "des-coordenado" coloca questões que o estado, o mercado, dentre outras formas de representação das relações sociais contemporâneas, não sabem responder, embaralhando suas partilhas do sensível e forçando-os a se moverem em direções que não podem

controlar. Mas a multidão tem também seu lado "perverso". A busca pelas perigosas proteções é uma das faces desse lado.

Um outro lado pode ser resumido no que Virno reconhece ser o "comunismo do capital", intrínseco à lógica de produção do pós-fordismo. Foi praticamente disso que tratamos no último capítulo, das condições de existência de um capitalismo semiótico e de suas consequências para o trabalhador e para as configurações contemporâneas do consumo.

Mas se o conceito de multidão nos permite identificar o caráter virtuoso do trabalhador contemporâneo – a inteligência geral, o agir colaborativo e o precariado como condições da produção linguística do pós-fordismo – a hipótese com a qual trabalhamos, ainda, é a de que as condições de identificação sensível com esse modo de produzir e fazer circular a produção sem produtos da indústria contemporânea nos foram fornecidas pelas artes justamente em meio ao seu regime estético.

Abre-se com isso a possibilidade de pensarmos o regime estético desde uma perspectiva não elaborada por Rancière, ao reconhecermos que o regime de legibilidade que nos possibilitou romper com as hierarquias e posições do mundo disciplinar, que nos possibilitou suspeitar dos fundamentos a priori das instituições do regime de representação, pode ter sido também o que nos deu condições de nos acomodarmos no mundo da produção e do consumo linguísticos da multidão.

A partir daqui, então, pudemos retomar a condição paradoxal de como DASPU atravessa o tecido produtivo do pós-fordismo. O regime estético é o corte em viés que nos permite identificar o tipo de ocupação sem pertencimento que a marca exerce na tessitura produtiva contemporânea.

Isso reforça a nossa hipótese de que DASPU só poderia se mover no interior do regime de identificação estético. Somente num regime de legibilidade no qual os signos podem se encadear sem um direcionador lógico a priori, no qual os sentidos podem tirar partido não só da parataxes, mas também dos oxímoros, é que uma marca pode ser uma produtora *improdutiva* de moda e que um grupo de putas-ativistas pode *dever* marca de moda sem produto.

Um fato ainda não aludido a respeito do regime estético pode se enunciar também a partir disso: tudo quanto discutimos até este ponto diz respeito ao fato de o regime estético, como corte semântico em viés, ao suprimir as medidas que separam, se afigurar como a vizinhança ideal para os contrários.

Do texto ao têxtil, encontramos nos versos de uma canção a metáfora para a forma como uma marca de moda, vale insistir, criada por um grupo de ativistas do movimento de defesa dos direitos das prostitutas da cidade do Rio de Janeiro, se faz marginal e presente tanto no campo da moda quanto nas vias da produção industrial contemporânea. O nome que demos para essa maneira peculiar de se fazer criadora de suas próprias margens, ao mesmo tempo em que não se permite fazer excluída, foi malandragem.

A disposição paratáxica de multidão, regime estético e DASPU não ofereceu soluções a respeito das possíveis saídas para as novas configurações semióticas do capitalismo e seus meios imateriais de trabalho, produção e consumo. Nem sequer pode ter sido suficiente para nos garantir uma conclusão para os problemas colocados.

Não sabermos ao certo, até mesmo, se pode haver algum lugar para o qual possamos sair, nos permitiu, todavia, reconhecer no cortejo malandro dos muitos que se recusam a ser uno, a instância poética de uma resistência política, quer dizer, estética. Não coube ao presente trabalho desfiar as tramas desse emaranhado, mas podemos confessar a intuição de que os fios desse tecido já se encontram por aí. Permanecem dispersos, mas estão sempre dispostos a novas tessituras.

Referências Bibliográficas

ANTHONY, S. D. **Inovação: do planejamento à ação**. São Paulo: M. Books do Brasil Editora LTDA, 2016.

ÁVILA, Myriam. “Dupla consciência e parataxe como conceitos críticos”. Revista **REMATE DE MALES**, v. 28 n. 2 (2008): Teoria Literária Hoje. 2008. Disponível em <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/remate/issue/view/380>

BAUDOT, F. **Moda do século**. São Paulo: Cosac Naify, 2002.

BARTHES, R. **Inéditos, vol. 3: imagem e moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

_____. **Elementos de semiologia I**. São Paulo: Cultrix, 2006.

_____. **Sistema da moda**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, Editora da Universidade de São Paulo, 1979.

BENVENISTE, É. **Últimas aulas no Collège de France**. São Paulo: Editora UNESP, 2014.

BERARDI, F. **Asfixia: capitalismo financeiro e a insurreição da linguagem**. São Paulo: Editora UBU, 2020.

_____. **Depois do futuro**. São Paulo: Editora UBU, 2019.

BEREZ, S.; ELK, S.; RIGBY, D. **Ágil do jeito certo: transformação sem caos**. São Paulo: Editora Benvirá, 2020.

BERGAMO, A. **A experiência do status: roupa e moda na trama social**. São Paulo: Editora Unesp, 2007.

BÍBLIA DA FAMÍLIA: Antigo e Novo Testamentos. Barueri: Sociedade Bíblica do Brasil, 2007.

BONADIO, M. C. **Moda e publicidade no Brasil nos anos 1960**. São Paulo: nVersos, 2014.

BONADIO, M. C.; MATTOS, M. F. S. C. (org.). **História e cultura de moda**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2001.

BORTOLANZA, E. **Zonas de promiscuidade: trottoir do desejo sexual**. Tese (Doutorado em Psicologia Clínica) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 2012.

BOUCHER F. **Histoire du costume en occident des origines a nos jours**. Paris: Edition Flammarion, 1996.

BUARQUE, C. “A volta do malandro” in **Chico 50 anos, O Malandro**. Polygram. 1 CD. (39.34 min). Faixa 10 (2min e 49 s). Remasterizado em Digital.

COCO, G.; SIQUEIRA, M. (org.) **Por uma política menor**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2014.

CALANCA, D. **História Social da Moda**. São Paulo: Editora Senac, 2002.

- CASSIRER, E. **A Filosofia das formas simbólicas**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- CASTILHO, K. **Moda e linguagem**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2009.
- _____. **Corpo, moda e ética**: pistas para uma reflexão de valores. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.
- _____. **Corpo e moda**: por uma compreensão do contemporâneo. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2015.
- CHRISTO, D. C. **Estrutura e funcionamento do campo de produção de objetos do vestuário no Brasil**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.
- CIDREIRA, R. P. **Os sentidos da moda**: vestuário, comunicação e cultura. São Paulo: Annablume, 2005.
- CIETTA, E. **A economia da moda**: porque hoje um bom modelo de negócios vale mais do que uma boa coleção. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.
- COLLIER, P. **O futuro do capitalismo**: enfrentando as novas inquietações. Porto Alegre: L&PM, 2017.
- CRANE, D. **A moda e seu papel social**: classe, gênero e identidade das roupas. São Paulo, Editora SENAC, 2006.
- CRARY, J. 24/7: **Capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: UBU Editora, 2016.
- DEJEAN, J. **A essência do estilo**: como os franceses inventaram a alta-costura, a gastronomia, os cafés chiques, o estilo, a sofisticação e o glamour. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.
- ELDERS, F. (org.). **Debate entre Chomsky e Foucault**. São Paulo: Martins fontes, 2014.
- DOWBOR, L. **O capitalismo se desloca**: novas arquiteturas sociais. São Paulo: SESC Edições, 2020.
- FISHER, M. **Realismo capitalista**: é mais fácil imaginar o fim do mundo do que o fim do capitalismo? São Paulo: Autonomia Literária, 2020.
- FUKAI, A. et alli. **Fashion** – une histoire de la mode du XVIII^e ao XX^e siècle. Paris: Taschen, 2006.
- GARCIA, Carol. **Imagens errantes**: ambiguidade, resistência e cultura de moda. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
- GRANOVETTER, M. "The strength of weak ties". In: **American Journal of Sociology**, University Chicago Press, Chicago, 1973.
- GIVAN, R. **A Batalha de Versalhes**. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 2017.
- GRUMBACH, D. **Histórias da moda**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.
- IGREJA, A. **Conveniência é o nome do negócio**: descubra como inovar pode facilitar a jornada dos seus consumidores e multiplicar seus resultados. São Paulo: Planeta, 2019.

KLEIN, N. Sem Logo: **A tirania das marcas em um planeta vendido**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002.

KOHLER, C. **História do vestuário**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

LALOUX, F. **Reinventando as organizações**: um guia para criar organizações inspiradas no próximo estágio da consciência humana. Curitiba: Editora Voo, 2017.

LAVER, J. **A roupa e a moda**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

LAZZARATO, M. **As revoluções do capitalismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

_____. **Marcel Duchamp e a recusa ao trabalho**. São Paulo: Scortecci Editora, 2017.

LAZZARATO, M.; NEGRI, A. **Trabalho imaterial**. Rio de Janeiro: PD&A, 2001.

LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MARX, K. Grundrisse. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: UFRJ, 2011.

_____. **O Capital, Livro I**: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2020.

_____. **Salário, preço e lucro**. São Paulo: Edipro, 2020.

MCCLOSKEY, D. **Os pecados secretos da economia**. São Paulo: UBU Editora, 2017.

MELGAÇO, L. et al. **Tecnopolíticas da vigilância**. São Paulo: Boitempo, 2018.

MENDES, V.; HAYE, A. **A moda do século XX**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2003.

MESQUITA, C. **Moda contemporânea**: quatro ou cinco conexões possíveis. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, 2004.

MILANOVIC, B. **Capitalismo sem rivais**: o futuro do sistema que domina o mundo. São Paulo: Todavia, 2020.

NAKAO, J. **A costura do invisível**. São Paulo: Editora SENAC, 2005.

NEGRI, A. **Biocapitalismo**. São Paulo: Iluminuras, 2015.

NETO, J. S.; MAGALDI, S. **Estratégia adaptativa**: o novo tratado do pensamento estratégico. São Paulo: Editora Gente, 2020.

O'NEIL, C. **Algoritmo de destruição em massa**: como o big data aumenta a desigualdade e ameaça a democracia. Santo André: Editora Rua do Sabão, 2020.

PERLOFF, M. **O gênio não original**: poesia: poesia por outros meios no novo século. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

PINHEIRO, T. **The service startup**: inovação e empreendedorismo através do Design Thinking. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2014.

PIKETTY, T. **Capital e ideologia**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.

PRECIOSA, R.; M, C. (org.) **Moda em ziguezague**: interfaces e expansões. São Paulo: Estação Das Letras e Cores, 2011.

PRITCHARD, K.; ELIOT, J. **Coopere**: construindo uma cultura de extremo trabalho em equipe. Rio de Janeiro: Atlas Books, 2014.

RAINHO, M. C. T. **Moda e revolução nos anos 1960**. Rio de Janeiro: Editora Contracapa, 2014.

RAMOS, P. H. van V. **Modernidade e regime estético das artes**. Revista Eletrônica AISTHE, Vol. VIII, no 12, 2014.

RACINET, A. **The complete costume history**. Paris: Taschen, 2006.

RANCIÈRE, J. **A noite dos proletários**: arquivo do sonho operário. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

_____. **O desentendimento**: política e filosofia. São Paulo: Editora 34, 1996.

_____. **A partilha do sensível**: estética e política. São Paulo: Editora 34, 2009.

_____. **O inconsciente estético**. São Paulo: Editora 34, 2009.

_____. **O destino das imagens**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2012.

_____. **Os nomes da história**. São Paulo: Editora UNESP, 2014.

ROCHE, D. **A cultura das aparências**. São Paulo: Editora SENAC, 2007.

ROSDOLSKY, R. **Gênese e estrutura de *O Capital* de Karl Marx**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.

SABRÁ, F. G. C. **Os agentes sociais envolvidos no processo criativo no desenvolvimento de produtos da cadeia têxtil**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.

SEMPRINI, A. **A marca pós-moderna**: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. São Paulo: Editora Estação das Letras e Cores, 2010.

SIMMEL, G. **Filosofia da moda e outros escritos**. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2008.

SIMONDON, G. **A individuação à luz das noções de forma e de informação**. São Paulo: Editora 34, 2020.

_____. **Do modo de existência dos objetos técnicos**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2020.

SISODIA, R.; MACKEY, J. **Capitalismo consciente**: como libertar o espírito heroico dos negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

SOUZA, G. M. **O espírito das roupas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

SMITH, A. **Teoria dos sentimentos morais**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2015.

_____. **A mão invisível**. São Paulo: Penguin Classics Companhia das Letras, 2031.

STALLYBRASS, P. **O casaco de Marx**: roupas, memória, dor. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2008.

STANDING, G. **O precariado**: a nova classe perigosa. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

STIGLITZ, J. E. **Povo, poder e lucro**: capitalismo progressista para uma era de descontentamento. Rio de Janeiro: Record, 2020.

SUNDARARAJAN, A. **Economia compartilhada**: o fim do emprego e a ascensão do capitalismo de multidão. São Paulo: Editora Senac, 2018.

TALEB, N. N. **Antifrágil**: coisas que se beneficiam com o caos. Rio de Janeiro: Objetiva, 2020.

TARDE, G. **Monadologia e Sociologia e outros ensaios**. São Paulo: Cosac & Naify, 2007.

_____. **As leis da imitação**. Porto: Rés, s/d.

TEIXEIRA, A. **De dentro para fora**: como uma geração de ativistas está injetando propósito nos negócios e reinventando o capitalismo. Porto Alegre: Arquipélago Editorial, 2015.

VIRNO, P. **A gramática da multidão**. Santa Maria, RS: Annablume, 2003.

_____. **Virtuosismo e revolução**: a política no império. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.

_____. **When the word becomes flesh**: language and human nature. South Pasadena: Semiotext(e), 2015.

WEYL, E. G., POSNER, E. A. **Mercados radicais**: reinventando o capitalismo e a democracia para uma sociedade justa. São Paulo: Portfolio-Penguin, 2019.

ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância**: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2020.