

La moda, Jano en movimiento: novedad y muerte en la aceleración del tiempo moderno

Fashion, Jano in motion: novelty and death in the acceleration of modern time

Goldwaser Yankelevich, Nathalie; Naishtat, Francisco

Nathalie Goldwaser Yankelevich *

nathalie.goldwaser@gmail.com

CONICET- Universidad de Buenos Aires, Argentina

Universidad Nacional de Avellaneda, Argentina

Francisco Naishtat *

fnaishtat@gmail.com

CONICET – Universidad de Buenos Aires, Argentina

El hilo de la fábula

Universidad Nacional del Litoral, Argentina

ISSN: 1667-7900

ISSN-e: 2362-5651

Periodicidad: Semestral

vol. 20, núm. 23, 2022

revistaelhilodelafabula@fhuc.unl.edu.ar

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/247/2473296009/>

DOI: <https://doi.org/10.14409/hf.20.23.e0011>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Resumen: Esta reflexión sobre el fenómeno y el concepto *moda* apunta a la articulación entre la novedad y lo caduco como fuga y clave para comprender la existencia de lo humano y lo no humano en la sociedad de aceleración capitalista. La problemática se desarrolla a partir de la opereta de Leopardi, *Diálogo de la moda y de la muerte*. La novedad y la muerte pertenecen, en efecto, a la gramática misma de la moda, que la figura ilustrada del progreso enhebra en la transitoriedad como forma misma de su tejido histórico.

El *Diálogo* de Leopardi tiene su continuidad, tanto en la literatura de Rilke, como en las posturas de Baudelaire, Tarde, Simmel y Benjamin. El pasaje de la materialización de la moda a su morfología se revela como fuga acelerada del tiempo, que se manifiesta en lo efímero del fetichismo mercantil capitalista. La moda logra transformar en costumbre la aceleración, aun a costa de la vida misma, empujando la existencia a un destino infernal.

Palabras clave: Literatura europea , Moda , Muerte , Modernidad , Capitalismo.

Abstract: *Through the concept and the phenomenon of fashion, this article is aimed at focusing on the articulation between novelty and the outdated as a sequence that is key to understanding the existence of the human and the non-human in the society of capitalist acceleration. The problematic is developed on the basis of Leopardi's operetta, Dialogue of Fashion and Death. Novelty and death belong to the grammar of fashion, which the enlightened figure of progress threads into transience as the very form of its historical production.*

Leopardi's Dialogue has its continuity both in the literature of Rilke and in the positions of Baudelaire, Tarde, Simmel and Benjamin. The passage from the materialization of fashion to its morphology reveals itself as the accelerated flight of time, which manifests itself in the ephemerality of capitalist mercantile fetishism. Fashion succeeds in transforming acceleration into habit, even at the cost of life itself, pushing existence into an infernal destiny.

Keywords: *European Literature , Fashion , Death , Modernity , Capitalism.*

INTRODUCCIÓN

En *Filosofía de la moda*, ensayo publicado en la revista *Moderne Zeitfragen*, Berlín, 1905 (cuya primera publicación en español data del año 1923 en los números 1-2 de la *Revista de Occidente*, Madrid),¹ Simmel asevera que es específico de la vida moderna,

(...) un «tempo» impaciente, el cual indica no sólo el ansia de rápida mutación en los contenidos cualitativos de la vida, sino el vigor cobrado por el atractivo formal de cuanto es límite, del comienzo del fin, del llegar y del irse. El caso más compendioso de este linaje es *la moda* que, por su juego entre la tendencia a una expansión total y el aniquilamiento de su propio sentido que esta expansión acarrea, adquiere el atractivo peculiar de los límites y extremos, el atractivo de un comienzo y un fin simultáneos de la novedad y al mismo tiempo de la caducidad. *Su cuestión no es «ser o no ser», sino que es ella a un tiempo ser y no ser, está siempre en la divisoria de las aguas que van al pasado y al futuro* y, merced a ello, nos proporciona durante su vigencia una sensación de actualidad más fuerte que casi todas las demás cosas (Simmel, 2015:48-49; cursivas nuestras).

Esos límites y extremos, ese comienzo y fin simultáneos que ofrece la moda tiene su correlación con la articulación entre la novedad y lo caduco. Por lo tanto, la noción «moda», que debemos resignificar aquí desde su forma temporal, más allá de los «contenidos» en los que se la piensa empíricamente -como la vestimenta, la indumentaria, el ornamento, los adornos, los insumos del vestir o todo aquello que cubra al cuerpo humano- es entendida como una estructura ambigua, que genera efectos dinámicos sobre las nuevas y novedosas condiciones materiales del «público» y del individuo y que, sin embargo, hace morir o fenecer lo que trae para que, precisamente, otra semejante pueda sucederla. En particular, nos centraremos sobre su alcance para el significado y la vida misma de la sociedad moderna, bajo un capitalismo en fuga y aceleración constante.

Esta mirada encuentra un impulso decisivo en el escrito literario, en formato opereta o diálogo mayéutico, de Giacomo Leopardi, *Diálogo de la moda y de la muerte*, perteneciente a las *Operette morali*, escritas entre 1823 y 1828.²

Nos proponemos, desde el escrito leopardino, atravesar los conceptos de moda, muerte y capitalismo. Lo hacemos munidos de una literatura que explícitamente ha buscado caracterizar el concepto moda desde su forma tanática misma, más allá de los contenidos empíricos vitales que rellenan sus descripciones históricas.

En un primer apartado, recorreremos el escrito de Leopardi ahondando en la hermenéutica de su recepción, en los planos poético, político y filosófico.

A partir de allí, en el apartado segundo, intentamos revelar en los textos propuestos una reversión del concepto moda para resaltar en su figura el contexto del *tempo* capitalista en su singular forma de anudamiento entre el pasado, el presente y el porvenir como característica de la temporalidad mercantil moderna de los siglos XIX y XX.

En este sentido, moda y muerte son formas transindividuales a la vez intramundanas, como forma de la sociedad humana, y entre lo humano y lo no-humano, como la relación cósmica de lo humano y la mercancía, orgánica e inorgánica.

NOTAS DE AUTOR

* Doctora en Ciencias del Arte (Paris I Pantheon Sorbonne) y doctora en Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires - UBA). Investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) – Instituto de Estudios en América Latina y el Caribe (UBA-IEALC). Jefa de Trabajos Prácticos y Directora del Centro de Estudios del Habitar Popular del Departamento de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad Nacional de Avellaneda (CEHP-DADU-UNDAV), Buenos Aires, Argentina.

* Doctor en Filosofía por la Universidad de Buenos Aires (UBA). Posdoctor (tesis de Habilitación) en la Universidad de París 8. Investigador Principal del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) - Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG – UBA). Attaché Principal del Laboratoire des Logiques Contemporaines de la Philosophie (LLCP) de la Universidad de París 8 y miembro del Comité Científico del Collège International de Philosophie. Profesor de Filosofía contemporánea en las Universidades de Buenos Aires y de La Plata (Argentina).

En el tercer apartado, vincularemos los mencionados conceptos pero en un escenario endurecido: el de la modernidad capitalista. Corresponde con el objetivo de analizar la actualidad que ofrece tanto el arte, a través de la *Opereta* de Leopardi, *la Elegía y Soneto* de Rilke, cuanto las «meditaciones» filosóficas de Baudelaire, Simmel, Tarde y Benjamin.

Por último, en las conclusiones, reunimos algunos de los hallazgos de esta exposición: la relación que la moda tiene con el poder de reproducir la forma moderno-capitalista. Damos cuenta de un «engranaje infernal» que la moda suscita en función de la producción de un *sinsentido* del devenir histórico. Así, podemos alcanzar el contenido del movimiento «jánico» de la moda: el individuo y su personalidad cargan con la imposición de cuotas de olvido del pasado (de la tradición) para hacer del presente algo inacabado, pero deseoso de «llenar el vacío».

En este recorrido, revelamos las condiciones de aquel sujeto moderno, a saber: que a pesar del peso recaído sobre sus espaldas de las costumbres y la tradición, la moda conmueve esos cimientos, encanta al individuo empujándolo a la emulación o imitación de la novedad emergente.

Desde Leopardi, pasando por Rilke y Benjamin, bajo el influjo de Baudelaire, Simmel y Tarde se aguza el sentido de la forma en la cual la modernidad se configura como «transitoria». Esta forma es el poder incesante, inherente a la moda de desarreglar y desarraigar el pasado más reciente, cumpliendo con los mandatos ciegos de una innovación desenfrenada, que hace que la novedad misma envejezca y pase a ser mera costumbre, tradición arraigada, ritual impresentable, antes de desaparecer y morir en el olvido. Como Cronos, la moda, devora a sus propios hijos, engendrando una descendencia ya caduca, y guardando para sí el poder de hacer morir los flamantes modelos que guían al individuo en sociedad.

LA LITERATURA DE LA MODA Y DE LA MUERTE

Con sorprendente lucidez, Giacomo Leopardi en el *Diálogo de la Moda y la Muerte*, anticipa que la moda cristaliza la transitoriedad misma como forma. En esta comprensión, el presente, lejos de ser asegurado, es precarizado, y por eso la moda cuenta con tanto poder, porque es la alegoría misma de esa abigarrada y permanente precarización ontológica del tiempo. Con ello se cuestiona también lo que parece el «origen» de las cosas. Si para su forma «inactual» el presente se revela siempre como doble, a saber, por un lado, recepción del pasado (el pasado viene al presente como interrupción) y, por el otro, apertura al futuro (el presente se abre hacia el porvenir); para la moda, entretanto, ambos movimientos pertenecen a una gramática dominada por la serialidad y la descaracterización del presente, diluido en la estructura serial como tránsito entre lo equivalencial. En otros términos, la discontinuidad prometedora de ambos movimientos queda reabsorbida en la continuidad homogénea y mecanizada de lo serial, dominada por la repetición, lo equivalente y lo siempre igual.

La moda, entonces, no solo conlleva ese doble movimiento vital entre pasado y futuro, sino que lo reabsorbe en una estructura repetitiva de «eterno retorno de lo siempre igual». Un principio de repetición de la antinomia de la historia en cuanto sucesión de épocas y de formas simbólicas que, siendo singulares e irrepetibles, quedan sin embargo absorbidas en un museo de infinitas habitaciones, ofrecidas al escrutinio del curioso, quien sobrevuela las épocas con fría e indiferente mirada suprahistórica (Nietzsche, 1999). Así, la moda se mueve en zigzag, dando saltos hacia adelante y, a la vez, saltos hacia atrás, pero siempre en la serialización del tiempo.

Antes de avanzar con los autores señalados permítasenos, sin embargo, a guisa de prosopopeya, detenernos una vez más en este arco entre la muerte y la moda, bajo modo de constelación poética de lo nuevo con la caducidad, es decir, de la tradición y la costumbre con la novedad y la transitoriedad, que interrumpe, en apariencia, el tiempo continuo, pero solo para reabsorberlo y reproducirlo en su fuga acelerada hacia adelante. Revivirlo en la mismísima materia poética del leopardino *Diálogo de la Moda y la Muerte*.

Como personajes alegóricos de un autosacramental barroco, Moda y Muerte reemergen irónicamente en el texto leopardino, con rostro transfigurado. Su juego y su danza verbal desmontan la novedad de lo moderno, con el filosófico humor, bien tonificado, de quienes escrutan a la época desde el umbral de un siglo XIX, que ya está rodando por el despeñadero irrefrenable de sus propias mutaciones, en la industria, la mercancía, la política y la cultura modernas. A golpe de incisivas réplicas, aunque no sin huella barroca de deliberado y agudo anacronismo, Leopardi desnuda a su siglo a través de esta danza de la moda y la muerte, exhibiendo en sus compases, a través de sus afinidades electivas, la historia natural de la destrucción como *facies* macabra de la modernidad misma. El personaje Moda intenta persuadir a Muerte de que ambas son hijas de la misma madre, la caducidad. El diálogo comienza subrayando la tendencia de las diferencias entre ambas, aunque finaliza con las afinidades que ellas comparten.

En primer lugar, Moda interpela a Muerte. Esta última cree que es capaz de aplicarle su poder, y le advierte que la muerte llega cuando no se la desea. Pero Moda le informa que ella también es inmortal. Es así, entonces, que se inicia el diálogo entre ambas:

MODA: Soy la Moda, tu hermana.

MUERTE: ¿Mi hermana?

MODA: Sí. ¿No recuerdas que las dos hemos nacido de la Caducidad?

MUERTE: ¿Por qué habría de acordarme yo, que soy enemiga capital de la memoria?

MODA: Pero yo me acuerdo bien de ello; y sé que una y otra procuramos, a la par, deshacer y volver a cambiar continuamente las cosas de aquí abajo, aunque tú vayas, a este fin, por un camino y yo por otro

(Leopardi, 2014: 14).

Ese camino, ese tránsito que ambas producen es una manera de revelar la complementariedad: la muerte es ciega, sorda y olvidadiza (así la caracteriza Leopardi en el comienzo del diálogo, «(...) porque si no lo sabes [exclama Muerte] el oído no me sirve mejor que la vista» (Leopardi, 2014: 14), y sus acciones, por ende, son inciertas; mientras que Moda las realiza casi a la perfección. Ambas marcan un destino, solo que Muerte la lleva hasta las últimas consecuencias, en tanto Moda prepara ese camino, que recorrerá la muerte.

Moda presumirá de sus éxitos. Y aquí acontece la estructura misma de «la moda». Es contraria a la costumbre y a la tradición, pero no menos escrutadora frente a ellas. Las observa para desarreglarlas. «MODA: (...) Digo que nuestra naturaleza y usos comunes son los de renovar continuamente el mundo» (Leopardi, 2014: 14).

Si el personaje Moda se ufana en el diálogo de Leopardi de ayudar de forma decisiva al personaje Muerte en su ininterrumpida y frenética actividad, señalándole que lo hace en bambalinas, sin que esta última se dé por enterada, esta función de la moda como auxiliar «no reconocida» de la muerte, alcanza su punto crítico hacia el final del diálogo, cuando Moda evoca su áspera destrucción de la arraigada pretensión humana de inmortalidad simbólica a través de las obras y de los nombres:

MODA: (...) Finalmente, como muchos se alaban de quererse hacer inmortales, es decir, de no morir enteramente, porque una buena parte de ellos no caería bajo tus manos, yo, aunque supiera que esto eran bromas, y que cuando ellos u otros perdurasen en la memoria de los hombres, vivían, como se suele decir, de burla y no gozaban de su fama hasta llegar a padecer la humedad de la sepultura. De todos los modos, comprendiendo que este negocio de los inmortales te ofendía, porque parecía que te menguaba el honor y la reputación, he suprimido la costumbre de buscar la inmortalidad, y también de concederla; incluso en el caso de que alguno la mereciese. De tal manera que en el presente, cualquiera que muere, está seguro de que no queda de él ni una mija que no esté muerta, y que le conviene irse enseguida completamente bajo tierra, como un pecesito que se traga de un bocado con cabeza y espinas (Leopardi, 2014: 17- 18).

El autor expresa aquí, antes que muchos teóricos de la moda, el papel de una caducidad que actúa a través del mecanismo de la moda por partida doble, en el plano sensual de la mercancía y en el plano simbólico de los productos culturales, que los clásicos y los románticos pretendían intangibles e inmortales. No sorprende que el *Diálogo...* de Leopardi haya impactado tanto en Rainer María Rilke (1875-1926), en particular en

*Elegías de Duino*³ y *Sonetos a Orfeo*, como en Walter Benjamin, principalmente en su *Obra de los pasajes*, cuyo *Konvolut B* se inscribe explícitamente bajo el tema de la moda. Como se verá más adelante en este último, las ideas, ideales, valores, doctrinas, obras de arte y todo lo que desde el idealismo había quedado consagrado como inalcanzable por la muerte y la caducidad -y que desde Platón se pretendía inmune a la corrupción que es propia del mundo sensible-, queda aquí trastocado por la Moda, de tal forma que ni con la vara de la gloria o de la celebridad podría sustraerse un bien simbólico, incluso un nombre propio de humano, animal, ángel o divinidad, a su muerte anunciada bajo efectos de la moda.

En Leopardi, no solo se vuelve obsoleto todo lo que es de la moda anterior, sino que se erosiona, en las criaturas, todo ideal de inmortalidad, haciendo de la intensidad de lo efímero, lo transitorio, lo percedero, la única aspiración que sea posible en la modernidad. Si míticamente la divinidad generó siempre a lo humano, solo los humanos podían en rigor matar a los dioses inmortales, ciertamente mediante el olvido inherente a la muerte simbólica, pero preparado laboriosamente por la moda: «Dios ha muerto», anuncia sarcásticamente el Zarathustra de Nietzsche, casi como «novedad» de una prensa matutina, lo que Leopardi, en su lenguaje no menos irónico, podría haber anticipado: «Dios ha pasado de moda». Así, si Nietzsche nos enseñó la «muerte de Dios», unas décadas antes Leopardi anticipó en su diálogo, y de un modo tan plástico como mordaz, la caducidad de lo simbólico, mediante una estructura tan natural como forma típica y característica de la vida moderna: la moda. Precisamente, el personaje Muerte se aviene en el *Diálogo...* de Leopardi a declinar su hostilidad inicial y dar razón a Moda, reconociéndole su papel esencial y aceptando en adelante su compañía constante: «MUERTE: Dices la verdad y así quiero que lo hagamos» (Leopardi, 2014: 18).

Retomando la cuestión de la recepción de este diálogo y las afinidades entre el poder de la moda y de la muerte, Rilke oscila permanentemente entre ambas. En la «Quinta Elegía», se evoca a Leopardi a través de «la modista, Madame Lamort»:

*¡Plazas! ¡Oh, plaza de París, la de infinitos espectáculos!
Aquella donde la modista, Madame Lamort,
Con los caminos sin descanso de la tierra,
Cintas que nunca tienen fin, entrelazándolos, trenzándolos,
[tejiéndolos,
inventa moños, plisadillos, escarapelas, flores, frutas...
de un colorido inverosímil; y baratos,
con ello crea los sombreros del destino, para invierno
(Rilke, 1970: 28).*

Aquí se avizora el trazo de un camino desde la materialización de la moda a un «invierno como destino». Esas «cintas» que no tienen principio ni fin, se vuelven infernales.

La cuestión de la moda adquiere en el pensamiento crítico de Walter Benjamin de los años 1930-1940 un lugar neurálgico, junto a otras nociones que ingresan en su diagnóstico de lo moderno, como la de «reproductibilidad técnica», «fantasmagoría», «progreso» (*Fortschritt*) o «decadencia del aura» (*Verfall der Aura*). Si en el *Konvolut B* de su *Libro de los Pasajes* (*Passagenwerk*, 1927-1940), Benjamin ofrece unas abigarradas páginas consagradas al concepto de la moda, también cabe mencionar otras referencias puntuales a esta noción, aunque no menos clave, como la realizada en la Tesis XIV de su último ensayo «Sobre el concepto de Historia» (de 1940).

Aunque diferentes respuestas pueden ofrecerse para explicar por qué una figura tan ornamental y carente de tradición filosófica como el fenómeno de la moda alcanza en el último Benjamin un rango central, podemos arriesgar aquí que se trata -para el pensador berlinés- de un concepto bisagra, inscripto como pocos en lo que Koselleck (1993) llamaría posteriormente *Sattelzeit*, para apuntar a una inflexión, a una bisagra o umbral entre dos épocas. En efecto, si los antiguos desconocieron la moda, este fenómeno se inscribe intensa y ambiguamente en la modernidad, como un Jano de múltiples dualidades superpuestas, en una formación típicamente moderna, tal que ninguna meditación crítica que aspire a un diagnóstico de lo moderno podría

en verdad ahorrarse una explicación con la moda. Entre estas ambigüedades se encuentra la peculiar forma en la que la moda entreteje una cierta triangulación entre lo novísimo, lo tradicional y lo antiguo.

Tal como adelantamos, la moda introduce siempre la novedad, para desplazar y volver caduco a lo tradicional, pero lo hace a partir de su propia inmersión mimética en el terreno de lo añejo, que transfigura o traduce en lo actual, como citando y reformulando lo remoto (la tradición) en detrimento a lo reciente. Así, la moda aparece rompiendo la continuidad lineal del tránsito entre el pasado, el presente y el futuro, pero al modo de una reapropiación elitista y dominadora, desde la reproducción de una pirámide social que opera como tiranía exclusivista. A su vez, este imperativo queda cosificado en la reproducción de la estructura social jerárquica del capitalismo con la fuerza de una «segunda naturaleza», que se asemeja al curso de la caducidad y de la transitoriedad, de las que nada ni nadie se exceptúa.

Es este abigarrado complejo entre novedad y caducidad, entre discontinuidad y destino, entre irreverencia y reproducción social, que hace de la moda un fenómeno único y bisagra de la modernidad capitalista, y al que Benjamin intenta colocar en un lugar central de su *hermeneusis* crítica.

El filósofo alemán retoma (a través de un epígrafe) el llamamiento de la Moda a la Muerte y con ello inicia aquel *Konvolut* «B. Moda. Moda: ¡Doña Muerte!, ¡Doña Muerte!» (Benjamin, 2016: [B 1, 1] 91).

El más ardiente interés de la moda reside para el filósofo en sus *extraordinarias anticipaciones*. (...) la moda está en un contacto más constante y preciso con las cosas venideras merced a la intuición incomparable que posee el colectivo femenino para aquello que el futuro ha preparado. Cada temporada trae en sus más novedosas creaciones, ciertas señales secretas de las cosas venideras. Quien supiese leerlas no sólo conocería por anticipado *las nuevas corrientes artísticas, sino los nuevos códigos legales, las nuevas guerras y revoluciones*. Aquí radica sin duda el mayor atractivo de la moda, pero también la dificultad para sacarle partido. (...) Ciertamente, lo que da siempre la tónica es lo *novísimo*, pero sólo cuando surge *en medio de lo más antiguo, pasado y acostumbrado*. (Benjamin, 2016: [B 1 a, 1]; 93; cursivas nuestras).

Así, transcribió Benjamin, «(...) la moda hace una referencia a la costumbre tradicional, pero al mismo tiempo deja claro que no se para ante ella» (Benjamin, 2016:[B 4a, 3]; 100). Tal como escribiera en la *Tesis XIV Sobre el concepto de historia*: «La moda tiene el barrunto de lo actual, donde quiera que éste se mueva en la espesura de lo antaño. Ella [la moda] es el salto del tigre hacia lo pretérito. Sólo que tiene lugar en una arena en la cual manda la clase dominante». (Benjamin, 1995: 61).

Por tanto, la moda posee una motivación social: «Es el intento de las clases altas por separarse de las bajas, o más bien de las medias... La moda es esa barrera, que constantemente se vuelve a levantar porque constantemente se abate, mediante la que el mundo distinguido intenta aislarse de la zona media de la sociedad» (Benjamin, 2016:[B 6; B 6 a, 1] 102).

La moda logra transformar en costumbre, incluso, aquellas cosas que hacen mal al ser humano, y tuerce el fuste de la humanidad. La muerte y la moda, pero sobre todo esta última, son fugaces en su hacer.

Baudelaire (2014) en «Lo bello, la moda y la felicidad» expresó en 1863 que el pasado, el presente y el porvenir se entrelazan. Al pasado, ya muerto, se le ha podido extraer, sin embargo, todo lo bello e interesante que tiene para los contemporáneos. El presente es esa combinación entre el ser y el parecer. La moda, por su parte, reactualiza la muerte, porque el pasado «recuperará la luz y el movimiento de la vida y se hará presente» (Baudelaire, 2014: 9). Es así que la modernidad, ya apuntada sagazmente por Leopardi, implica «rescatar de lo histórico cuanto la moda contenga de poético, y extraer lo eterno de lo transitorio» (Baudelaire, 2014:21). La modernidad es entonces la comprensión de que siempre hubo algo eterno, es decir, la existencia de la muerte. Esta última es inmovible. Mientras que la moda la complementa siendo transitoria, fugaz, contingente. La fugacidad de la moda sirve para que muera y renazca de nuevo. Se trata de una modernidad que se ha introducido por la popularidad, «por amar la belleza universal» (Baudelaire, 2014: 7), más que por la observancia o, mejor, el descuido de la belleza particular, la circunstancial y los rasgos de las costumbres. En su ensayo, Baudelaire intenta desandar «la pintura de costumbres del presente» para interesarse en el pasado, cuyo valor es histórico, en la medida en que ese pasado, esa historia muerta genera «el placer que obtenemos en las representaciones del presente

[y que] depende no solo de la belleza que este puede revestir, sino además de su cualidad esencial de presente» (Baudelaire, 2014: 8). Todas las modas son así encantadoras. Parafraseando al autor citado, es una suerte de mitologización o reencantamiento de las imágenes del mundo.

Es decir, el fenómeno de la moda es una y otra vez un nuevo esfuerzo, más o menos feliz, por alcanzar lo bello, una aproximación cualquiera a un ideal que aguijonea el deseo de lo insatisfecho del espíritu humano. Pero si se quiere disfrutar de ellas, las modas no deben considerarse cosas muertas. Baudelaire reformula así el aforismo «Todas las modas son encantadoras», por «todas han sido legítimamente encantadoras». (Baudelaire, 2014: 48-49).

Sarcásticamente, años antes, Leopardi y Rilke tomaban, como vimos más arriba, esta postura a través de «Madame Lamort», que arremete contra Moda sobre su propio poder, contestándole que ella no puede imponer a la moda la costumbre de «no morir». La moda no conoce un estadio final, ni descansos. La moda leopardiana es en última instancia un «sinsentido», una modernidad sin horizonte de expectativas, ya que el progreso enlazado a «La Moda y La Muerte» es vacío.

GABRIEL TARDE, BENJAMIN REVISITED Y GEROG SIMMEL: REVERSIONES SOBRE EL PENSAMIENTO DE LA MODA

El sociólogo, criminólogo y psicólogo social francés, Gabriel Tarde (1843-1904), observó que la sociedad está desgarrada. Sin mencionar aún el concepto moda -pero siguiendo una definición muy próxima- observa que una sociedad mezclada y débil se enriquece por la fuerza, con nuevas invenciones. Y esto sucede por la dislocación que genera la innovación, porque la moda es un «sinsentido». Las nuevas invenciones, a fuerza de enriquecerse, suscitan deseos novedosos o nuevas creencias, trastornando cierta proporción de los antiguos deseos o modos de la fe (Tarde, 2011: 45). Enriquecerse de algo, es tomar por imitación las nuevas tendencias, e intentar dejar en el pasado las tradiciones o los marcos que generan el modo de conducirse en la vida. La moda es lo contrario de la memoria. La memoria, escribió Tarde, es un hábito puramente nervioso; y el hábito, una memoria muscular. Percibir, entonces, la tradición es un acto de la memoria, porque supone una imitación inconsciente de sí mismo por sí mismo. Pero entonces, la sociedad es una suma de imitaciones.

En esta impronta, pensando el reverso de la memoria, Benjamin asume a las modas en tanto medicamento colectivo, dirigido a compensar los efectos nocivos del olvido. «Cuanto más breve es una época, tanto más se encuentra remitida a la moda» (Benjamin, 2016: [B 9 a, 1]; 107). Parafraseando a Tarde, los pueblos se imitan cada vez más fácil y rápidamente, es decir, desconfiando cada vez menos unos de los otros a medida que se civilizan y, por consiguiente, se imitan más. En esto, la humanidad se parece al individuo. «Cuando la *magnetización-moda* sustituye a la *magnetización-costumbre*, síntoma normal de una revolución social que comienza, se produce un fenómeno análogo, solo que a mayor escala» (Tarde, 2011:60; cursivas en el original).

Por ende la moda es, además, una imitación, que acontece inesperadamente, enlazándose con el pasado, el presente y el porvenir (Goldwaser Yankelevich, 2020:188). Esta imitación es fundamental, escribió Simmel (2015: 34-35) en 1905. Engendra en el individuo una regla práctica que queda asumida, dejando de ser un estrés desestabilizador y permaneciendo, por ende, como elemento social, dado por sus condiciones vitales, circunscritas a la imitación de un modelo dado y a la necesidad resultante de apoyarse en la sociedad. Pero, a diferencia de las costumbres, tradiciones y hábitos, la moda tiene dos funciones radicales: unir y diferenciar, y esto implica dejar excluido a un círculo que no la puede seguir. Es la «oclusión hermética» de la moda (Simmel, 2015: 37 y 52). Si bien la moda debe ser analizada efectivamente como un modo temporal opuesto a la tradición, no deja de ser ella esencialmente ambivalente, ambigua. Esa ambigüedad constitutiva de la moda hace que al mismo tiempo sea, en cuanto innovadora, una ruptura; pero en cuanto inscrita en el circuito lógico del mercado, una repetición de lo «siempre igual». Esto es en Simmel un elemento evidente: la moda es claramente un mero engendro de necesidades sociales, o mejor, de necesidades psicológicas puramente

formales y la prueba es que casi nunca podemos descubrir una razón material, estética o de otra índole que explique sus creaciones. Simmel (2015: 37) lo denomina la «arbitrariedad de la moda» ya que revela su perfecta indiferencia hacia las normas prácticas y racionales de la vida.

La moda es un estimulante más del frenesí por el cambio y también lo es por la exclusión. Precisamente, por el carácter no justificable de sus contenidos, y aunque sus tendencias pueden leerse y presagiarse a partir de sus signos pre-anunciadores, la moda toda es un jeroglífico, exactamente aquel en el que se expresa la temporalidad moderna (Buck-Morss, 2001: 73).

Vale resaltar que en una sociedad moderna, inmersa en el sistema capitalista, siempre en desarrollo, el culto a la igualdad ha prevalecido, lo que implicó e implica -aún y todavía- asimilarse por contagio imitativo de los miembros de la sociedad superior, como lo observó Tarde (2011: 38). Y esto solo fue posible porque el capitalismo reversiona lo mítico en una suerte de mito antimítico y lo logra merced a una incesante solidaridad con lo jurídico, «(...) porque supone la semejanza por imitación. Y cuando esta semejanza existe sin que haya derechos reconocidos, ya hay, sin embargo, un comienzo de sociedad» (Tarde, 2011: 41) ya que «es cierto que el derecho no es aquí más que un resultado y una forma de la inclinación del hombre a la imitación» (Tarde, 2011: 38).

DIÁLOGO ENTRE EL CAPITALISMO, LA MODA Y LA MUERTE

¿Cómo llegó a ser el sistema capitalista parte de una cultura global? Hasta aquí hemos observado el poder y la capacidad que la moda tiene sobre el individuo y sobre la sociedad. Los que reproducimos este sistema nos vemos rápidamente asfixiados por una clausura de nuestras acciones en el pasado a través de la repetición e imitación de estilos muertos. El éxito de la moda deriva, de alguna manera, de una necesidad de apertura y de interrupción, por efecto de la saturación y anquilosamiento del sistema que se reproduce. Como señala Leopardi, La Moda y La Muerte alteran la apariencia del mundo para traer la novedad. La novedad capitalista altera los códigos y desplaza los límites que las costumbres reinstalaron una y otra vez. La performatividad de la moda no depende de una fe ni de la fuerza de una doctrina o de una ideología, sino de un impulso imitativo, casi inconsciente, en la subjetivación cultural misma. El único modelo que se puede instalar como moda no es ni alternativo ni diferente, sino simplemente una reversión de la versión primera.

La moda allana el camino de la muerte en el capitalismo imponiendo el vivir fugaz del tiempo presente, el momento. El capitalismo se autoinmuniza ante el «sinsentido» del futuro, adosado a expectativas de vida que están más ligadas a la caducidad que a la verdad.

¿Es la modernidad capitalista desrealizadora de lo humano? ¿Está imposibilitada por su propia lógica a superar un estado de necesidad en el que el ser humano se ve obligado a una forma hostil de relacionamiento con los demás y con la naturaleza? ¿Se puede concebir a la moda como el hechizo o falsedad inherente a la promesa de una modernidad capitalista como progreso?

El futuro solo nos depara reiteraciones y permutaciones que no introducen nada nuevo (Fisher, 2020: 24). Si el capitalismo es lo que queda en pie cuando las creencias colapsan, dejando como resto solamente al consumidor-espectador que camina a tientas entre reliquias y ruinas, podemos afirmar que contiene una «coraza» que, en primera instancia, y solo en primera instancia, se convirtió en un factor que se autoinmuniza permanentemente. Sus seducciones de lo que puede ofrecer, se desvanecen para la gran mayoría de una población.

El capitalismo es la posibilidad oculta que amenaza desde su propio interior a todos los otros sistemas sociales que lo combaten. Es una entidad «infinitamente plástica, capaz de metabolizar y absorber cualquier objeto con el que tome contacto (...) un extraño híbrido de lo ultramoderno y lo arcaico» (Fisher, 2020: 27).

Y esto sucede porque el capitalismo renace cada vez que es desafiado por quienes lo critican. Este sistema siempre estuvo a la moda: imita estilos muertos readaptándose a las necesidades/deseos presentes a fin de que se incorporen como costumbres. Muere, caduca para poder hacer renacer nuevas modas, nuevos modos de

responder a otras demandas, otros deseos aún incumplidos de la gran masa de pobladores. El diagnóstico de Simmel, en este sentido, es que la invención de las modas va quedando

(...) en nuestro tiempo sometida cada vez más a las leyes objetivas de la estructura económica. No aparece aquí o allá un artículo que luego se hace moda, sino al revés: se producen artículos con la intención de que sean moda. En ciertas ocasiones, hay como la exigencia 'a priori' de una nueva moda, y al punto se encuentran inventores e industrias que trabajan exclusivamente en llenar ese hueco (Simmel, 2015: 38).

La moda, tal como explicitamos, es también un eterno retorno si consideramos que detrás de la apariencia de la novedad, cada novedad es equivalente a la anterior, ya que corre su misma suerte, su mismo destino de caducidad; por ende, hay en ella una forma de eterno retorno que queda disimulada en el mecanismo de la innovación.

La moda, a diferencia de las revoluciones, carece de duración. El tiempo entre una moda y la siguiente es imperceptible, su presente es efímero y está siempre a disposición de ser leída en torno a la próxima venidera, la que se está preparando. Un presente agujereado, ávido, efímero, breve, precario.

CONCLUSIÓN

Hemos querido mostrar aquí que la moda es uno de los elementos que propaga al sistema moderno occidental capitalista, en parte por su modo de alojar y desalojar al mundo de la tradición, quitándole cuotas de poder al pasado.

Así, el terreno arquetípico de la moda (el ornato, el indumento) ha podido ser desenmascarado a partir de la relación del poder y la muerte. Es un Jano de triple cara: se asoma al pasado, en pos del diagnóstico del presente, de un tiempo de ahora, con miras a un futuro que es una imitación repetida una y otra vez. Es la reiteración, emulación de lo que siempre fue y nunca será. Si la moda devora como Cronos a sus hijas y nace ya muerta, aquel momento terminal es el modo en el que el progreso permite la alienación del individuo, del sujeto en sociedad.

La moda es una forma del retorno de lo reprimido, este se produce en la arena donde domina desde siempre la represión, sin que se remueva la personalidad profunda de su jerarquía. Por eso la muerte emparentada a la moda no resulta un auténtico trabajo de duelo, sino que sortea el duelo, y es olvidadiza, presta a cerrar y clausurar un pasado al que le ha negado el derecho de duelo, mediante los caprichos de una memoria presentista, al servicio de la dominación del presente. La memoria presentista de la moda entumece al individuo o, al decir de Tarde, lo convierte en sonámbulo.

Si la costumbre y la tradición conducen al individuo en el espacio público, la moda y la muerte conmueven esos cimientos para reactualizar cada vez los efectos del capitalismo moderno. Esta es la interpretación que hemos realizado de Leopardi: la naturaleza de ambas es «renovar continuamente el mundo» (Leopardi, 2014: 14), para que permanezca fundamentalmente como es.

Un mundo que se renueva constantemente es lo que en Rilke podría interpretarse como «camino sin descanso» o «cintas que nunca tienen fin».

Entre Leopardi y Benjamin encontramos a Baudelaire, Tarde y Simmel. Los cinco diagnosticaron esta modernidad y la caracterizaron como transitoria. Toman en cuenta el pasado, la tradición, «lo acostumbrado» y fueron testigos del desarreglo y el desarraigo que tanto la caducidad como la moda generaron.

¿Cuál es el poder de la moda? Por un lado, la capacidad de hacer desvanecer los modelos que ayudan a regir la vida. Ese es «el negocio» que la moda tiene con la muerte. Desnaturalizar la idea del héroe y de la inmortalidad o, en otras palabras, desmitologizar el mito, llenar de «sinsentido» el presente.

Hallamos entonces en la moda esa función bifronte: al introducir nuevas invenciones, suscitar el deseo y generar nuevas creencias pero, a su vez, trastornar la zona de certidumbre que producía lo antiguo, lo pasado

o lo acostumbrado. La moda conduce, y ese es su fundamento, a una imitación que se enlaza con el pasado, el presente y el futuro. Una vez que esa imitación se ejerce, se convierte en el principio de la costumbre, la tradición y el hábito. En esta línea argumentativa se comprende por qué la moda y la muerte tienen implicancias en la esfera pública. Ambas generan el cambio, como oxígeno que hace posible la reproducción capitalista moderna.

REFERENCIAS

- Baudelaire, Charles (2014). El pintor de la vida moderna. En *La modernidad es lo transitorio, lo fugaz, lo contingente* (traducción al español: Martín Schifino) (pp. 7-59), Taurus.
- Benjamin, Walter (2016). *Libro de los pasajes* (traducción al español: Luis Fernández Castañeda, Isidro Herrera y Fernando Guerrero), akal.
- Benjamin, Walter (1995). Sobre el concepto de historia. En *La dialéctica en suspenso. Fragmentos sobre la historia*, (traducción al español: Pablo Oyarzún Robles) (pp. 45 – 68), Arcis-Lom.
- Benjamin, Walter (1978). *Ursprungdes deutschen Trauerspiels*, Gesammelte Schriften, Band I.1. Suhrkamp Verlag.
- Bruni, Raoul (2011). Dialogo della Moda e della Morte di Giacomo Leopardi. En *Per Leggere*, N. 21 – autunno, págs. 25-44.
- Buck-Morss, Susan (2001). *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes* (traducción al español: Nora Rabotnikof). La Balsa de la Medusa.
- Fisher, Mark (2020). *Realismo capitalista. ¿No hay alternativa?* (traducción al español: Claudio Iglesias). Caja negra.
- Goldwaser Yankelevich, Nathalie (2020). Francisco Bilbao y el «peligro» de la moda en Sudamérica. En *Cuadernos de historia*. Número 52, junio, págs. 183 – 204.
- Koselleck, Reinhalt (1993). *Futuro pasado* (traducción al español: Norberto Smilg). Paidós.
- Leopardi, Giacomo (2014). Diálogo de la moda y de la muerte. En *Diálogo de la moda y de la muerte. Das muestras de no conocer el poder de la moda*, (traducción al español: Antonio Colinas), (pp. 13-18). Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara.
- Naishtat, Francisco (2008). Walter Benjamin: Teología y teología política. Una dialéctica herética. En *VII Jornadas de Investigación en Filosofía*, noviembre, s/p. <http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar>.
- Nietzsche, Friedrich (1999). *Sobre la utilidad y el perjuicio de la historia para la vida (II Intempestiva)*, (traducción al español: Germán Cano Cuenca). Biblioteca Nueva.
- Rilke, Rainer Maria (1970). *Elegías de Duino. Sonetos a Orfeo*, (traducción al español: José Vicente Alvarez). Centro Editor de América Latina.
- Simmel, Georg (2015). *Filosofía de la moda*, (s/trad.). Casimiro.
- Tarde, Gabriel (2011). Qué es una sociedad. En *Creencias, deseos, sociedades* (traducción al español: Andrea Sosa Varrotti), (pp. 35 – 67). Cactus.

NOTAS

- 1 Utilizaremos la versión editada por Casimiro Libros, en su segunda versión del 2015, Madrid.
- 2 Según Bruni (2011), el *Diálogo...* fue el primer texto leopardiano traducido a una lengua extranjera (publicado en su primera traducción al inglés en la revista «The Ausonian» en febrero de 1830). (Bruni, 2011:27).
- 3 Cfr. Benjamin, 2016: [B 1, 5] 92.