



Saberes y prácticas. Revista de Filosofía y Educación / ISSN 2525-2089
 Vol. 8 N° 1 (2023) / Sección Dossier / pp. 1-12 / [CC BY-NC-SA 2.5 AR](#)
 Centro de Investigaciones Interdisciplinarias de Filosofía en la Escuela (CIIFE),
 Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo, Argentina.
revistasaberesypracticas@ffyl.uncu.edu.ar / saberesypracticas.uncu.edu.ar
 Recibido: 27/02/2023 Aceptado: 13/06/2023
 DOI: <https://doi.org/10.48162/rev.36.094>

Las modas a escala colectiva: Walter Benjamin y las figuras de la mujer en la ciudad moderna

Fashions on a Collective Scale: Walter Benjamin and the Figures of Women in the Modern City

 **Nathalie Goldwaser Yankelevich**

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET); Universidad Nacional de Avellaneda (UNDAV), Argentina
nathalie.goldwaser@gmail.com

Resumen. Este artículo abreva fundamentalmente en el *Konvolut B* [Moda] perteneciente al *Libro de los Pasajes (Das Passagen-Werk)* escrito entre 1927 y 1940 y publicado póstumamente. Allí se revela uno de los fenómenos de la cadena infernal de la modernidad y del capitalismo: la moda.

Lejos de ser una noción vinculada a la indumentaria, al ornamento o al adorno, a la mujer o las mujeres, Benjamin logró que la moda sea desmitificada revelando sus características internas: la de estar vinculada con el pasado, con la tradición para introducir una innovación que al cabo caducará con el fin de que renazca, como el *continuum* de la historia, en una nueva moda.

Si la moda se introduce a través de la ciudad, ¿qué papel jugó esta y qué vinculaciones se dan en torno a las figuras de la mujer en este *Konvolut*? Nos proponemos desentrañar esa articulación que haría del escrito del filósofo alemán una revelación por demás sugestiva: la de encontrar en la moda una barrera que levantan las clases altas para distinguirse de las bajas tal como Hausmann lo hizo en la ciudad de París para limitar el accionar de las barricadas.

Palabras clave. *fenómeno de la moda*, encadenamiento infernal, ciudad, figura de la mujer, capitalismo.

Abstract. This article mainly draws on the *Konvolut B* [Fashion] from the *Book of Passages (Das Passagen-Werk)* written between 1927 and 1940 and published posthumously. It reveals one of the phenomena of the infernal chain of modernity and capitalism: fashion.

Far from being a notion linked to clothing, ornament, or adornment, to woman or women, Benjamin succeeded in demystifying fashion by revealing its internal characteristics: that of being linked to the past, to tradition in order to introduce an innovation that will eventually expire in order to be reborn, like the continuum of history, in a new fashion.

If fashion is introduced through the city, what role did the city play and what links are there around the figures of women in this *Konvolut*? We propose to unravel this articulation that would make the German philosopher's writing a highly suggestive revelation: that of finding in fashion a barrier erected by the upper classes to distinguish themselves from the lower classes, just as Hausmann did in the city of Paris to limit the action of the barricades.

Keywords. fashion phenomenon, infernal interlinking, urban, figure of the woman, capitalism

Introducción

En este artículo se pretende dar preeminencia a un *Konvolut* del *Libro de los pasajes* (*Das Passagen-Werk*) analizado escasamente. Nos referimos al que ocupa el segundo lugar, «B [Moda]», de la mencionada obra. Tenemos la presunción de que ello se debe a una interpretación falaz del *fenómeno de la moda*¹ en tanto que una gran mayoría lo vincula netamente a la indumentaria, al ornamento o al vestir y al *bello sexo qua* sujeto y no como *figura de la mujer*.

Sin embargo, es el propio Benjamin -sin recalcar en ninguna otra referencia o aforismo por fuera de su propia reflexión- quien asevera que «Las modas son un *medicamento*, tomado a escala colectiva, dirigido a compensar los efectos nocivos del olvido. Cuanto más breve es una época, tanto más se encuentra remitida a la moda» (2016, p. 107 [B 9 a, 1]).

Pensar el fenómeno de la moda implica analizarlo desde su estructura temporal como «la moda actual» (*op. cit.*, p. 102 [B 6 a, B 6 a 1]), es decir, la que siempre se encuentra en un *tempo* presente, aunque el individuo no la observa a través de sus motivaciones ya que se presenta como una imposición traslúcida y, aparentemente, no violenta.

Asumimos, en primer lugar, que se halla en la moda una barrera, la frontera que levanta las clases altas para distinguirse. Por tanto, nos proponemos pensar una analogía entre el umbral de la moda y el diseño estratégico de la ciudad moderna, aquella de los escaparates, de los pasajes y de las galerías para que la encarnizada persecución de la vanidad de clase se materialice, aunque sea en una minúscula distancia -agrega Benjamin (2016, p. 102 [B 6; B 6 a 1])- adoptando la nueva moda.

En nuestra segunda presunción, la ciudad que se perfila ‘moderna’ (y que veremos con la mención a la haussmannización), tiene como condición imprescindible la introducción infernal de la continua novedad que hace del pasado inmediato algo que se debe borrar de un plumazo, esta es la clave de lectura que ofrece el autor del *Libro de los Pasajes*. La *figura de la mujer* no se puede disociar en el «*Konvolut* B [Moda]» del contexto de la emergencia de las grandes urbes. En ese sentido, nos preguntamos pues ¿qué rol cumple dicha figura a la que alude Walter Benjamin?

En *Calle de mano única*, el filósofo alemán afirmó que con la ciudad ocurre lo mismo que con todas las cosas sometidas a un proceso irresistible de mezcla y contaminación:

donde lo ambiguo se pone en el lugar de lo genuino, y lo mismo ocurre con la ciudad. Las grandes ciudades, cuyo poder inconmensurablemente tranquilizador y confirmatorio encierra al creador en una tregua y, que con el panorama del horizonte consigue asimismo sustraerlo de la consciencia de las fuerzas elementales siempre alertas, se muestran atravesadas en todas partes por la intrusión del campo (...) pone al ciudadano en la situación turbia y sumamente aterradora

¹ Si bien Buck-Morss (2001, p. 114) asevera que en la moda, la fantasmagoría de las mercancías se adhiere a la piel; luego vincula al fenómeno de la moda con el vestido que «es casi literalmente la frontera entre sujeto y objeto, el individuo y el cosmos». En otro texto de la misma autora, refiriéndose al «cuerpo natural de la prostituta» aduce que «se asemeja al maniquí sin vida utilizado para exhibir las últimas modas: *mientras más caro era su atuendo, mayor era su atractivo*». (Buck-Morss, 2006, p. 144; cursivas nuestras). Asimismo, Lipovetsky (2019, pp. 11-12) intenta una comprensión histórica del fenómeno de la moda «en un amplio plazo de tiempo». Su objeto de estudio, la moda, «cubre más de seis siglos de historia» y lo realiza a través del atuendo. A contrapié del imperialismo de los esquemas de la lucha simbólica de clases, el autor ha querido mostrar una «historia de la moda» como eufemismo de la vestimenta.

Otra referencia que llama la atención sobre esta vinculación (a nuestro entender errada), se encuentra en un reciente libro de Steele, cuyo índice —repleto de personalidades ligadas a la indumentaria o el diseño textil, en un intento de historizar la moda— contiene un último capítulo titulado «Moda, muerte, tiempo», en el que le dedica una carilla y media a esa articulación, refiriendo a Giacomo Leopardi y Walter Benjamin de una forma escandalosamente superflua y sin dar cuenta de las complejidades que ambos autores intentaron exponer. Y luego continúa con el atuendo de tipo gótico o victoriano. (Steele, 2017, pp. 293 – 294).

en que debe absorber en su persona, bajo las inclemencias de la solitaria llanura, los engendros de la arquitectura citadina. (Benjamin, 2014, pp. 62-63).

La hipótesis de la presente investigación sostiene que es a partir de la introducción de la noción *figura de la mujer* -cuando Benjamin se refiere a lo femenino/a la mujer o a las mujeres-, que puede notarse una homologación con la «eterna figura de la moda» (Benjamin, *op. cit.*, [B 1 a, 2]) y esto sólo es posible en la ciudad burguesa donde, la mujer cual excusas o pretexto, es convertida en la combinatoria entre lo orgánico, por su movimiento, y lo inorgánico simultáneamente, impelida por estas novedades efímeras o falsas novedades. Si esto es así, hay en Benjamin una crítica al tipo de urbanismo que se concentra alrededor de lo que se entiende por la expresión *estar de moda*, esto es, la materialización encarnada en el consumo mercantil en esos pasajes que hacen de la tradición y de las costumbres un efímero elemento de lo colectivo, colectivo que por cierto es en primera instancia referenciado con lo femenino (Benjamin, 2016, p. 93 [B 1 a, 1]), pero que en realidad abarca a toda la masa que se encuentra «bajo las inclemencias de la solitaria llanura, los engendros de la arquitectura citadina» (Benjamin, 2014, p. 63).

En el «*Konvolut K* [Ciudad onírica, ensoñaciones utópicas, nihilismo antropológico]» retoma esta afirmación para agregar que toda corriente de moda o cosmovisión adquiere su impulso a partir de lo olvidado. Es en el orden de lo colectivo -y no a nivel individual-, que se entrega completa y normalmente a la moda.

Aquí se propone entonces entender al fenómeno en cuestión principalmente 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. Siguiendo el análisis de las citas (a Leopardi, a Baudelaire, a Simmel, entre otras) referenciadas por Benjamin, la moda queda presentada como una productora de efectos dinámicos sobre las nuevas y novedosas condiciones materiales. Lo que se revela es la estructura ambigua y dialéctica de la moda. El análisis de su lógica de funcionamiento es una manera de criticar su temporalidad intrínseca, la de hacer morir o fenecer lo que trae para que, precisamente, algo semejante pueda sucederla siempre en un presente cronológicamente imposible de reconocer. Nos permite, a su vez, comprender su alcance para el significado y la vida misma de la sociedad moderna, bajo un capitalismo en fuga y aceleración constante. (Goldwaser Yankelevich, 2022).

En Benjamin, la moda es un signo y una categoría, una figura de la reversión en la que se explicita el *tempo* capitalista en su singular forma de entrelazamiento entre el pasado, el presente y el porvenir, característica de la época mercantil moderna. El fenómeno revolucionariamente efímero de la moda², en diálogo con la modernidad, se inserta a través de tres *tempo*s sucesivos que podrían resumirse en la resurrección corrosiva de un aspecto del pasado, convertida en una *buena* novedad aparente, para ser consumida, mercantilizada. La imagen de ese pasado es una apariencia representacional que la moda adopta como verdadera. (Goldwaser Yankelevich, *op. cit.*).

Aquel simulacro tiene intrínsecamente la emergencia de una caducidad pero bajo un movimiento que aparenta ser *natural*. La moda produce un caprichoso cambio transformador provocando la nostalgia de un mito antimítico (Goldwaser Yankelevich & Naishtat, 2022, p. 141) con el objetivo de reversionarlo para que se cumpla el proceso infernal de un renacer soportado por la ciudad moderna.

En *Calle de mano única*, Benjamin (2014) propuso ver en las cosas significados que no eran evidentes en la superficie, como si realizase con su mirada un corte diagonal en la veta de un ágata, para que se revelen otras estructuras inusitadas y figuras ocultas. Una especie de desenmascarar el

² «No hay eternización más perturbadora que la de lo efímero y la de las formas de la moda» (Benjamin, 2016, p. 97 [B 3, 4]).

montaje de lo real. Esta es la perspectiva benjaminiana que se adopta aquí para desentrañar el fenómeno de la moda, tan escurridizo como portador de fantasmagorías.

La ciudad, un medio que lo envuelve

El fenómeno de la moda, entendido como una innovación, se introduce en una ciudad bajo la modalidad de una primera visión (un shock) que irrumpe el paisaje habitual, generando una tensión entre la imagen familiar de ese espacio y su extrañamiento, y esto sucede porque aún el fenómeno no se ha convertido en costumbre. (Cfr. Benjamin, 2014, p. 87). El umbral de la moda se asemeja a la desaparición de golpe de ese paisaje como cuando se cruza la fachada de una casa para entrar en ella. Lo que se convierte en costumbre es la exploración constante. Esa novedad que da una nueva y veloz orientación hace de la primera experiencia una recuperación imposible, un *nunca más*.

Al decir de Hobsbawm, la costumbre en las sociedades tradicionales tiene la doble función de motor y engranaje (2002, p. 10). Ella no descarta la innovación y el cambio en un momento determinado. Lo que la costumbre aporta es proporcionar a cualquier cambio deseado (o resistencia a la innovación) la sanción de lo precedente, de la continuidad social y la ley natural tal y como se expresan en la historia. Mientras que *la tradición* es lo invariante, posee un significado ritual y una función simbólica.

Pero en Benjamin, la costumbre tradicional, relacionada con el *efecto moda*, tiene la particularidad que esta última «no se para ante ella» (Benjamin, 2016, p. 93 [B 1 a, 1]). Sus imposiciones no nos dejan mucho margen de elección. Aceptamos la moda, lo vetusto renacido en pura innovación.

Cuando ante lo tradicional, la persona es hostil, «mayor será el rigor con que someterá su vida privada a las normas que quiera erigir en legisladora de una sociedad futura» (Benjamin, 2014, p. 54). Y esas normas, que como la moda no se han materializado todavía, imponen la obligación de prefigurarlas, al menos dentro de su propio ámbito cotidiano.

En el *Exposé* «París, capital del siglo XIX» -y gracias a lo que captó Benjamin en Baudelaire, la encarnación de un alegorista- la ciudad es para el *flâneur* todavía un resplandor de reconciliación de la futura y desconsolada forma de vida del hombre de la gran ciudad (Benjamin, 2016, pp. 44-45). Aquel está aún en el umbral, tanto de aquella como de la clase burguesa. Ninguna de las dos ha podido con él todavía porque aún hay una resistencia a la moda de turno. La ciudad habitual, cual velo, hace un guiño al *flâneur*, como si se tratase de una *fantasmagoría*. Es en la multitud donde la ciudad es paisaje como habitación.

Este es el ritmo frenético de la moda que está siempre velando, no por suspender el tiempo, sino por ornamentar la aceleración gracias al circuito de la mercancía, sus flujos y reflujos de fantasmagorías que la modernidad acompaña.

Por un lado, entonces, el *flâneur*. Pero acontece otro personaje que se podría interpretar como la contracara, aquel que ejerce actos *a la moda*, es la figura de Haussmann y su ideal urbanístico de perspectivas abiertas a través de largas calles rectas. Innova a través de la tendencia de ennoblecer las necesidades técnicas, parafraseando a Benjamin (*op. cit.*, p. 47), mediante una planificación artística. Así como el fenómeno de la moda demuele el pasado, la tradicional costumbre; Haussmann se jactó de ser el odiador serial de la población desarraigada de la gran ciudad: «se dio a sí mismo el nombre de *'artista demoleador'*» (*op. cit.*). Aquel, confrontando las barricadas de la revolución proletaria, las evitó de dos maneras: con la anchura de las calles, y con la construcción de otras nuevas para conectar del modo más expedito los cuarteles con los barrios de los trabajadores. En

este caso, y retomando la cita de *Calle de mano única*, este personaje encarnaría la figura de aquel «que se sabe en consonancia con las tradiciones más antiguas de su clase o de su pueblo (...) en secreto, valora su conducta, sin el más leve remordimiento de consciencia.» (Benjamin, 2014, p. 54).

En el «*Konvolut E* [Hausmannización, lucha de barricadas]», el filósofo alemán extrae una cita por demás elocuente:

En París... huyen, como si olieran a cerrado, de los pasajes que durante tanto tiempo estuvieron de moda. Los pasajes mueren. (...) El pasaje que fue para el parisino una especie de salón-paseo donde se fumaba, donde se charlaba, ya no es más que una especie de asilo del que uno se acuerda de repente cuando llueve. Algunos pasajes conservan cierta atracción a causa de tales o cuales almacenes célebres que todavía se encuentran en ellos. Pero es la fama del inquilino la que prolonga la moda o más bien la agonía del lugar. Los pasajes tienen un gran defecto para los parisinos modernos (...) les falta aire. *Jules Claretie, La vie à Paris 1895* [La vida de París, 1895], París, 1896, pp. 47 s. (Benjamin, 2016, p. 148 [E 1, 5]).

Advierte el filósofo que había que darse prisa para ver el viejo París, el fenómeno de la moda hizo estragos y estos no son más que pugnas de clase. La mayoría de los pasajes de esa ciudad fueron construidos «en los quince años posteriores a 1822» (Benjamin, 2016, p. 51). En el «Resumen. París, Capital del siglo XIX» observó que la primera condición para su desarrollo había sido el apogeo del comercio textil. «Hacen su aparición los almacenes de novedades, los primeros establecimientos que tienen constantemente en depósito una gran cantidad de mercancías» (*op. cit.*).

Así, en la ciudad, el fenómeno de la moda se da en los grandes almacenes que comercian mercancías de lujo. Una ciudad a la *belle époque* en el que el embellecimiento ha sido su estrategia introduciendo aquellos elementos de moda y a la moda. El arte entra al servicio del comerciante. Y la ciudad se introduce en otro tipo de materialidad innovadora: la construcción metálica que es la contribución a la renovación de la arquitectura.

De igual forma que Napoleón no comprendió la naturaleza funcional del Estado como instrumentos de poder para la burguesía, así tampoco los arquitectos de su época comprendieron la naturaleza funcional del hierro, con el que el principio constructivo adquiere preponderancia en la arquitectura. Estos arquitectos construyen pilares a imitación de las columnas pompeyanas, fábricas a imitación de los bloques de viviendas, del mismo modo que más adelante las primeras estaciones ferroviarias adoptarán el aspecto de chalets. La construcción desempeña el papel del subconsciente. (Benjamin, 2016, pp. 51-52).

La imitación es aquí otro elemento del fenómeno de la moda. En la figura del arquitecto de la ciudad (el urbanista), su acción implica copiar tradiciones constructivas de antaño, o imitar estructuras que se adoptaron para ciertas funcionalidades (como el chalet) e imponerlas, cual injerto, en las estaciones ferroviarias. Así, se entendería por qué en la Tesis XIV *Sobre el concepto de historia* asevera que se copia a la antigua Roma, cuya acción es similar a lo que hace el fenómeno de la moda:

La historia es objeto de una construcción cuyo lugar no está constituido por el tiempo homogéneo y vacío, sino aquel pletórico de tiempo-ahora. Así, para Robespierre la antigua Roma era un pasado cargado de tiempo-ahora, que él hacía saltar del *continuum* de la historia. La Revolución francesa se comprendía a sí misma como una Roma rediviva. Citaba a la antigua Roma tal como la moda cita a un viejo atuendo. La moda tiene el barrunto de lo actual, donde quiera que éste se mueva en la espesura de lo antaño. Ella es el salto de tigre hacia lo pretérito. Sólo que tiene lugar en una arena en la cual manda la clase dominante. El mismo salto bajo el libre cielo de la historia es el [salto] dialéctico, como el cual concibió Marx la revolución. (Benjamin, 2002, p. 61).

Imitar o copiar cosas muertas es un modo de reconstruir una *segunda naturaleza*. Una imitación que en apariencias no se impone de forma violenta, hasta se diría que la moda en tanto fenómeno que se pone en acción sobre la ciudad lo hace desde un acto de admiración del pasado.

Quizás por ello, el capitalismo no deja lugar a un salto libre de la historia (el dialéctico) porque precisamente se articula de forma infernal con la moda. Una repetición que es un *no uso de la razón de manera libre*, porque se copian antiguas costumbres en un estar en el presente siempre en *estado de novedad o innovación*, incluso en aquellas personas que reversionan o reactualizan ese pasado.

En «¿Qué es una sociedad?», el filósofo francés, Gabriel Tarde, asevera que «la sociedad es la imitación, y la imitación es una especie de sonambulismo» (Tarde, 2011, p. 65). Escribió también que la moda (en el sentido vasto en que entiende la palabra) ha sustituido gradualmente la costumbre para disolver una antigua forma social y preparar una nueva: la magnetización social naturalmente se vuelve cambiante, como la voluntad de los magnetizadores, que son seres vivos. Cuando la magnetización-moda sustituye a la magnetización-costumbre, síntoma normal de una revolución social que comienza, se produce un fenómeno análogo, sólo que a mayor escala (*op. cit.*, p. 60). Es un fenómeno sugestivo sobre el sujeto de la experiencia lo que explicaría aquel estado de sonambulismo naturalmente inducido aunque con efectos artificiosos (Goldwaser Yankelevich, 2022, pp. 63-64).

La ciudad inorgánica y no-humana: la figura de la mujer como excusa

El epígrafe de Leopardi «Moda: ¡Doña Muerte!» perteneciente al *Diálogo entre la moda y la muerte* es mencionado al menos en dos oportunidades en el *Libro de los Pasajes* (2016, p. 55 y p. 91). En el primer caso se da en el «Resumen. París, capital del siglo XIX», apartado II, en el que Benjamin admite que la moda acopla el cuerpo vivo al mundo inorgánico. «Frente al viviente, defiende los derechos del cadáver» (*op. cit.*, p. 55). La segunda vez se menciona en el inicio del «Konvolut B [Moda]». Dicha cita está acompañada con una de Balzac, el autor del *Tratado de la vida elegante*, «Nada muere, todo se transforma» (Benjamin, *op. cit.*, p. 91). Páginas posteriores escribió Benjamin que «El lema de Balzac es sumamente apropiado para explicar la época del infierno. (...) esta época no quiere saber nada de la muerte, que la moda también se burla de ella» (*op. cit.*, p. 95 [B 2, 4]). La Moda como Doña Muerte son dos figuras de mujer que cumplen una función medular. En la ciudad se dan los pasajes con las galerías cubiertas, es ahí donde la mujer, alude Benjamin (2016, p. 92 [B 1, 8]), adoptó su figura más tentadora: la de la ciclista, pero para luego convertirse en la exposición de un mero cartel para los transeúntes. La figura de la mujer puede leerse aquí como *una excusa*³ para referirse a los cambios en la producción de las mercancías, el fetichismo permanente que se aloja en esos espacios de ocio y paseo. La indumentaria deportiva es para Benjamin la prefiguración onírica de la fábrica o del automóvil. La moda se conecta, con estas mercancías, a partir de estos tres *tempos* (presente, tradición y devenir):

del mismo modo que *los primeros edificios fabriles se aferran a la forma tradicional* del bloque de viviendas, y las primeras carrocerías de automóviles imitan carrozas, en la vestimenta de las ciclistas la expresión deportiva lucha aún con el ideal *tradicional* de elegancia, y el resultado de esta lucha es ese cariz obstinado y sádico que *la hace incomparablemente provocativa* para el mundo masculino de aquellos años. (Benjamin, 2016, p. 91 [B 1, 2]; cursivas nuestras).

³ Referimos a la *figura de la mujer* en tanto *pretexto (o excusa)*, herramienta (arma) discursiva para poder apelar a cuestiones de otro tenor. Muchas veces, la mujer como pretexto es también una potencia, dentro del discurso, para propugnar o impulsar la observación de cambios en lo tocante no solo a la cultura, sino también a la política. (Cfr. Goldwaser Yankelevich, 2020, p. 58).

La figura de la mujer como excusa porque prosigue admitiendo que aquí la moda ha inaugurado el lugar de intercambio dialéctico entre la mujer y la mercancía (excusa para apelar al placer y al cadáver) y por ende «la muerte, toma las medidas del siglo (...) y dirige personalmente la liquidación, llamada en francés “*revolución*”. Pues nunca fue la moda sino la parodia del cadáver multiforme, provocación de la muerte mediante la mujer» (Benjamin, *op. cit.*, p. 92 [B 1, 4]).

Eso es la moda, el pellizco a la muerte pero con la destreza -cual deportista- de ser otra cuando la muerte intenta golpearla.

Es, aquella figura, *el pretexto* para referirse al atractivo de la moda, aunque es dificultoso sacarle partido porque hay que saber leer los efectos del fenómeno. Especialmente, en el contexto de la ciudad, donde se dan los vertiginosos cambios que obnubilan la posibilidad de extraer de la moda «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» (Benjamin, *op. cit.*, p. 93 [B 1 a, 1]; cursivas nuestras).

Cada una de las temporadas, cuando existían, traían en sus más novedosas creaciones ciertas señales secretas de las cosas venideras. Por eso la moda es una revolución efímera: parafraseando a Benjamin, anticipa las nuevas corrientes artísticas, los nuevos códigos legales, las nuevas guerras y revoluciones (*op. cit.*). Pero cuando esa anticipación sucede, ya la moda logró hundirse en la caducidad, acoplarse con Doña Muerte.

Es en la ciudad -por ejemplo en París- donde la moda encuentra un espacio que siempre estará muerto en vida (lo que luego Tarde llamará “sonambulismo”) y que en Benjamin puede ser el sitio de lo no-humano: ya que proporciona a la masa la tónica general que impone la moda, ser «lo novísimo, pero sólo cuando surge en medio de lo más antiguo, pasado y acostumbrado» (*op. cit.*). Ese es el espectáculo propiamente dialéctico de la moda: «la última novedad se forma en medio de lo pasado [es] el impenetrable y silencioso reino nebuloso de la moda, a donde el entendimiento no podía seguirla» (Benjamin, *op. cit.*, [B 1 a, 2]). Y es precisamente en aquel párrafo donde la moda es denominada como una «eterna figura» (*op. cit.*).

Benjamin nos advierte de algo que en la ciudad sucede descomunemente: las generaciones presentes deben afrontar las pasadas, porque allí la moda es a la vez conservada y superada.

La moda ocupa «el tiempo del infierno» (tal como observó Buck-Morss, 2001, p. 116), ella se burla de la muerte, «que la aceleración del tráfico, el ritmo de transmisión de noticias -en las que se suceden las ediciones de los periódicos-, acaban por eliminar toda interrupción, todo final brusco, y que la muerte como corte está unida a la linealidad del curso divino del tiempo» (Benjamin, 2016, p. 95 [B 2, 4]).

La ciudad es entonces el escenario de nuevas velocidades. Entre los objetos que menciona se encuentra la montaña rusa, una de las referencias al vértigo de lo infernal (*op. cit.*, p. 94 [B 2, 1]).

La figura de la mujer y los paisajes del cuerpo en la ciudad

Desde que la humanidad dejó la desnudez por el vestido, la moda, “contraria al sentido”, ha retomado el papel de la sabia naturaleza...El cambio continuo de la moda... que decreta una revisión constante de todas las partes de la figura... obliga a la mujer a preocuparse permanentemente de la belleza. Helen Grund, *Sobre la esencia de la moda* (Múnich, 1935), pp. 7-8 (Benjamin, 2016, p. 101 [B 5, 3]).

Si la *eterna figura* de la moda se pone en diálogo con la *figura de la mujer* es porque, para Benjamin, ambas se esfuerzan en introducir la satisfactoria sensación de ser contemporáneas de todo el mundo: «esa es la satisfacción más intensa y secreta que la moda proporciona a la mujer» (Benjamin, 2016, p. 95 [B 2, 5]). ¿Se refiere a un tipo *singular* de mujer? La contraposición a lo amorfo de la masa y de la «moda masculina» podría ser un indicio de lo que luego asevera⁴: la moda va tras de todo y su sello distintivo es insinuar un cuerpo que jamás conocerá la desnudez total. ¿Será el trayecto que *el colectivo* -ya caracterizado anteriormente y, por ende, no singular- está a punto de sufrir?, ¿aquel en el que se eternizará lo efímero de manera perturbadora a través de aquellas formas que da la moda?: «Quien alguna vez los haya visto [se refiere a los museos de cera], se enamorará perdidamente, como André Breton, de la *figura femenina* del Museo Grévin que desde el rincón de un palco se ajusta la liga» (Benjamin, *op. cit.*, p. 97 [B 3, 4]; cursivas mías).

La mujer ataviada se encuentra «desnuda en vestidos» (*op. cit.*, p. 98 [B 3 a, 5]). El indumento, por lo tanto, está lejos de ser algo historizable porque para Benjamin son escasas las variaciones que hay en él. Y lo que pareciera una revolución de la moda⁵, en verdad, es sólo, parafraseándolo, el eterno retorno de lo mismo: «La moda femenina se distingue así (...) de la moda masculina, mucho más variada y decidida» (*op. cit.*, p. 99 [B 4, 1]).

La confrontación *figura-femenina* con la *figura-masculina* emerge aquí en tanto diferencia de los sexos. Es en los pasajes donde se avizoran anticipaciones de la arquitectura moderna y es al hombre, no a la mujer, que le causa, a pesar de su actualidad, la sensación de ser algo pasado de moda como la relación que se tiene entre un padre y un hijo, siendo aquel el anticuado (*op. cit.*, p. 97 [B 3, 6]).

Seguidamente, nuestro autor admite que en el fetichismo, el sexo abate las barreras entre el mundo orgánico e inorgánico (*op. cit.*, p. 97 [B 3, 8]), aquello que llamamos, para el caso de la ciudad, lo no-humano, un sonambulismo, la muerte en vida. Y esto sólo es posible porque el vestido y el adorno son sus aliados.

El fenómeno de la moda, en esos cuerpos ahora inanimados, es igualmente accesible a la vista, son *paisajes de cuerpos* atravesando la ciudad y atravesados por caminos que acompañan al sexo por el mundo de lo inorgánico. ¿Y qué hace la moda? Ser un medio (un vehículo) por el cual los atrae aún más profundamente al mundo de la materia (*op. cit.*, p. 98 [B 3, 8]). Y lo hace en los extremos, porque la moda va prescindiendo de determinadas formas pasadas y para ello debe entregarse a las contrarias. Un juego pendular cuyos extremos más radicales son la frivolidad y la muerte, donde puede notarse la diferencia de los sexos masculino – femenino.

Citando a Helen Grund en *Sobre la esencia de la moda* (1935), Benjamin remarca que la mujer no quiere verse privada del efecto sorpresa al aparecer en sociedad con esas nuevas prendas (Benjamin, *op. cit.*, p. 101 [B 5, 1]). Aquí otra de las acciones que efectúa el fenómeno en cuestión: dar el golpe, el shock, la sorpresa.

Notamos aquí una clara diferenciación entre vestido y moda: lo imperecedero de los indumentos frente a «lo más perecedero que hay, lo perecedero por esencia: la sensación de lo nuevo [*neuf*]» y continúa con un «NO SOY NADA NUEVO». (Benjamin, *op. cit.*, [B 5 a, 2]; mayúsculas en el original).

Es el triunfo de la burguesía en la ciudad la que modifica la figura del traje femenino: el cuerpo de aquella se ve trastocado porque sus hombros que se alargan con la inorgánica «manga de jamón (...) Ridículamente así vestidas, las mujeres parecían destinadas a la vida sedentaria, a la vida de familia,

⁴ Es Walter Benjamin citando a F. Th. Vischer en *Pensamientos racionales sobre la moda de hoy*.

⁵ «Uno de los textos más importantes para iluminar las posibilidades excéntricas, revolucionaria y surrealistas de la moda (...) es el capítulo sobre la moda en *poète assassiné [El poeta asesinado]* de Apollinaire, París, 1927, pp. 74 ss.» (Benjamin, 2016, p. 96 [B2 a, 9]; cursivas en el original).

porque su manera de vestir no tenía nada que diese la idea del movimiento o que pareciera favorecerlo» (*op. cit.*, p. 102 [B 5 a, 3]).

No es posible allí captar la esencia de la moda actual porque no se puede recurrir a motivaciones individuales. Un extenso párrafo merece ser reproducido:

Pero la moda, en el sentido que tiene hoy para nosotros, no posee una motivación individual, sino social, y de comprenderlo como es debido depende entender toda su esencia. Es el intento de las clases altas por separarse de las bajas, o más bien de las medias (...); es la encarnizada persecución de la vanidad de clase, en la que se repite sin cesar el mismo fenómeno: el afán de unos por ganar aunque sea una minúscula distancia que les separe de sus perseguidores, y el de otros por anularla, adoptando rápidamente la nueva moda. Esto explica los rasgos que caracterizan la moda de hoy. En primer lugar, su origen en los círculos sociales elevados, y su imitación por parte de las clases medias. La moda va de arriba abajo, y no de abajo arriba... Un intento de las clases medias por crear una nueva moda... jamás tendría éxito, las clases altas nada podrían desear más que el que las medias tuvieran su propia moda (...)

En segundo lugar, el cambio continuo de la moda. Una vez adoptada la nueva moda por las clases medias... pierde su valor para las altas... Por eso la novedad es la condición imprescindible de la moda (...) el tercer rasgo característico de la moda actual: su...tiranía. (Benjamin, *op. cit.*, p. 102 [B 6, B 6 a, 1])

Emerge aquí el motivo por el cual interpretar en Benjamin la noción «mujer» como «excusa»⁶: esa tiranía que vimos desplegarse sobre el cuerpo femenino no es más que el mensaje implícito de que la moda es el criterio extremo para admitir, sin consentimiento, que la masa de la ciudad burguesa forma parte [indefectiblemente] de ella, incluso aunque se la rechace a través de algunas de sus innovaciones.

De la excusa a la concepción objetiva

Era de esperar que Simmel, con su filosofía de la moda de principios del siglo XX, fuera incluido en este «*Konvolut B [Moda]*» y, en cierto sentido, ubicado en un espacio de visibilización objetiva del fenómeno de la moda en donde la mujer se revela como pretexto para afirmar que ella está sumamente pendiente de la moda: «A causa de la débil posición social» a la que fue condenada durante la mayor parte de la historia, «se concluye su estrecha relación con todo lo que sean 'buenas maneras'. Georg Simmel, *Cultura filosófica*, Leipzig, 1911, p. 47 («La moda»)). (Benjamin, 2016, p. 104 [B 7, 8]).

Simmel (2015) no niega la existencia de modas de clase y que dentro de ellas, las de las clases inferiores se diferencian con las de las superiores porque éstas las abandonan en el momento en que aquellas comienzan a apropiárselas. Aquí el problema de la imitación que es una imposición implícita y no violenta que hace que unos se sometan a los otros, teniendo el poder de creación por parte de las clases superiores que abandonan las modas que introducen.

Pero lo que se introduce no es más que cosas propias de la actividad económica objetiva creando un círculo vicioso -diríamos *infernal*- ya que cuanto más rápido cambia la moda, tanto más baratas tienen que ser las cosas; y al ser baratas incitan a los y las consumidores/as a un cambio rápido de la moda. Es una cadena de forzamientos que van desde los introductores de la novedad, pasando por los fabricantes de esas cosas.

⁶ «El prototipo de la moda es la gran dama que juega a ser *cocotte*» (citando a Egon Friedell, en Benjamin, 2016, p. 103, [B 6 a, 2]).

A partir de aquí toma relevancia la moda como consecuencia de la forma de producción capitalista privada: ella es la que provoca que las cifras vayan aumentando a medida que ingresan innovaciones y caducan los productos recientemente lanzados. Y esto sucede porque hay una causa imperceptible a simple vista pero que implica a la diversidad de sexos: los fines de estimulación erótica que persigue la moda y que se materializan «cuando el atractivo erótico *del portador o de la portadora* se realzan *continuamente* de distintas maneras» (Benjamin, *op. cit.*, p. 105 [B 7 a, 4]; cursivas nuestras).

En todo caso, se pretende entender la actualidad como el reverso de lo eterno en la historia y tomar las huellas de esa cara oculta, en este caso, de la moda.

Esas cosas se despliegan en la espesura del *fenómeno de la moda*: ¿Hay algo *más* que vincularlo a *los objetos* de la vestimenta y el ornamento? *Las cosas no son más* que un detalle momentáneo, y lo propio del *momento* consiste precisamente en generar la sucesión de objetos contenidos dentro de la lógica infernal de este fenómeno. Incesantemente compramos algo, aunque aquello sea minúsculo o intangible. Esas compras sucesivas, a veces compulsivas, pierden su fecha, que es la historia de esa mercancía (Cfr. Goldwaser Yankelevich, 2022). Eso *nuevo* que ingresa en nuestras vidas tiene el atributo de ser antihistóricamente radical ya que se mueve y fluctúa entre los tres *tempos* históricos (el presente siempre igual a sí mismo; el devenir que caduca con la novedad; el pasado y sus tradiciones).

Solo quien supiera observar su propio pasado como un engendro de la obligación y la necesidad estaría capacitado para hacerlo valer al máximo en cada presente. Pues lo que uno ha vivido es comparable en el mejor de los casos a la bella estatua a la que le quebraron todos los miembros en los transportes y que ahora no ofrece más que el valioso bloque a partir del cual se ha de esculpir la imagen de su futuro. (Benjamin, 2014, p. 85).

Un fenómeno *anfíbio* ya que se adapta sin complicaciones al medio que lo circunda. Pero si esa moda pasada cae en el olvido, y la memoria la ha borrado del todo, puede ser habilitada una y otra vez, sobre el *continuum* de la historia.

Conclusiones

La moda ha triunfado porque representa y es representada por los intereses del capital. Sin embargo, hemos pretendido desentrañar la distorsión intrínseca del fenómeno para que los efectos despóticos que suscita sean advertidos. Efectos que se dictan en tanto decretos imperfectos, perecederos, temporales y nunca acabados que se incorporen, se conviertan en costumbres y hábitos, puedan fenecer y volver a dictarse *nuevos decretos de la moda* que deben practicarse, principalmente, en la ciudad y por ambos sexos.

Una *obsolescencia programada*, donde la velocidad del desecho de lo material es representativa de los cambios a los que la humanidad se ve sometida.

Los efectos de la moda pueden homologarse al despotismo encubierto de las leyes ciudadanas. Pero la diferencia está en que mientras en el segundo caso las sanciones que se reciben por violar la ley son manifiestas, la tiranía de la moda, -la de las clases superiores- tiene consecuencias por evadirla tanto en la esfera sociocultural como psicológicas comunitarias y que dieron en llamar el *in-out* de la moda.

La moda, pareja en esto al derecho, actúa sólo sobre las exterioridades, sobre las facetas de la vida orientadas hacia la sociedad. Esto hace de ella una forma social de una admirable utilidad.

Ofrece al hombre un esquema en que puede inequívocamente demostrar su sumisión al común, su docilidad a las normas que su época, su clase, su círculo próximo le imponen. (Simmel, 2015, p. 67).

Es esta abigarrada complejidad entre *novedad* y *caducidad*, entre resistencias y reproducción social, la que hace de la moda un fenómeno único, ubicándose en tanto elemento fundamental de la modernidad y el capitalismo. Aunque pareciera no tener que ver con las imposiciones sociales, se produce un antagonismo entre la unificación igualitaria y el afán de destacarse.

Así, el fenómeno de la moda se convierte en un eslabón más de la cadena social que termina por sujetar al individuo sin permitirle cuotas de algún tipo de libertad porque aquel entreteje una edificación tridimensional entre lo nuevo, lo pasado o lo antiguo y el futuro. Todo en cuanto la moda es, deja de serlo por la capacidad de generar caducidad a todo lo que ya se repite incesantemente, interfiere en la tradición, la transfigura y la traduce en algo actual, como reformulando lo de antaño.

Desmitificar su relación o asociación con el indumento, con la vestimenta femenina es un paso más hacia la salvación dialéctica de la mercancía. Siguiendo las advertencias metodológicas, «la moda y la arquitectura (del siglo XIX) pertenecen a la conciencia onírica del colectivo» (Benjamin, 2016, p. 852 [O°, 11]). Pero la moda es el elemento que permitiría visibilizar las transformaciones de la vida desde lo más superficial (y a través de observar las grandes urbes o ciudades donde lo sociopolítico e histórico emergen en el espacio público) a sus efectos interiores que impactan en el individuo que la sigue o la desprecia (efectos del orden psicológico individual). Así se observó la transfiguración del fenómeno en una categoría política de envergadura, ya no histórica, aunque Walter Benjamin anotó que hasta ahora sólo se ha atrevido a aplicar en la *praxis*. En cambio, lo que se pretendió es el intento de detonar el material explosivo que hay en la moda que siempre recurre a lo pasado situándose en la oscuridad del momento *colectivo* vivido.

Bibliografía

Benjamin, W. (2016). *Libro de los pasajes*. Akal.

Benjamin, W. (2014). *Calle de mano única*. El Cuenco de Plata.

Benjamin, W. (2002). Sobre el concepto de historia. En: *La dialéctica en suspenso. Fragmentos sobre historia*. Lom Ediciones.

Buck-Morss, S. (2001). *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes*. La balsa de la Medusa.

Buck-Morss, S. (2006). *Walter Benjamin, escritor revolucionario*. Interzona editora.

Goldwaser Yankelevich, N. (2022). *La moda, revolución efímera*. Las cuarenta.

Goldwaser Yankelevich, N. (2020). *Escribir mujer, fundar nación. Literatura y política en el Río de la Plata y Nueva Granada (1835 – 1853)*. Milena Caserola.

Goldwaser Yankelevich, N. y F. Naishtat (2022). La moda, Jano en movimiento: novedad y muerte en la aceleración del tiempo moderno. *Revista El hilo de la fábula*. pp. 135 – 145.

Hobsbawm, E. (2002). Introducción: La invención de la tradición. En: Hobsbawm, E. & T. Ranger (eds.), *La invención de la tradición*. Crítica.

Lipovetsky, G. (2019). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama.

Simmel, G. (2015). *Filosofía de la moda*. Casimiro.

Steel, V. (2017). *Fashion Theory. Hacia una teoría cultural de la moda*. Ampersand.

Tarde, G. (2011). ¿Qué es una sociedad? En: *Creencias, deseos, Sociedades*. Cactus.