



Revis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas

ISSN: 0210-5233

consejo.editorial@cis.es

Centro de Investigaciones Sociológicas
España

Lozano, Jorge

SIMMEL: LA MODA, EL ATRACTIVO FORMAL DEL LÍMITE

Revis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, núm. 89, 2000, pp. 237-250

Centro de Investigaciones Sociológicas

Madrid, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99717889009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

SIMMEL: LA MODA, EL ATRACTIVO FORMAL DEL LÍMITE

Jorge Lozano

Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

En *Simmel: la moda, el atractivo formal del límite* se sostiene la radical modernidad del pensamiento de G. Simmel. El artículo propone un recorrido sobre las consideraciones topológicas, espaciales y temporales de la moda mostrándola como el lugar social y cultural del contraste, el territorio donde el ser y el ya-no-ser se confunden en la misma cosa. El texto articula la gran contradicción de la modernidad (y la moda): ser una política y una estética de lo contingente aunque a la vez aspire a lo permanente. Aquí se sitúa la seducción que ejerce la moda, en el derecho reconocido a la infidelidad para con ella. Y como atractivo formal del límite.

Moda: Madama Morte, madama Morte (...).

Moda: Io sono la Moda. Mia sorella.

Morte: Mia sorella?

Moda: Sì: non ti ricordi che tutte e due siamo nate dalla Caducità?

G. LEOPARDI, *Dialogo della moda e della morte*

En carta a Walter Benjamin desde Nueva York el 10 de noviembre de 1938, Adorno le comenta la opinión que le merece el «Baudelaire» como modelo de los *Passagen*, advirtiéndole severamente que «la determinación materialista de los caracteres culturales es posible sólo con la mediación del

Reis

89/00 pp. 237-250

proceso global». Adorno le reprocha lo mismo que a Simmel: «no en vano cita usted a Simmel», a quien lanza una mirada de hastío, dirá Benjamin en su respuesta, esto es, la falta de concreción histórica que reduce el ejemplo a la esfera de lo eterno¹.

He aquí una de las recurrentes críticas a nuestro autor, del que hay que decir, sin embargo, como ha sostenido Frisby², que las instantáneas de la realidad social de Simmel son coherentemente consideradas *sub specie aeternitatis*.

Baste recordar que para Simmel (Rembrandt) «cada momento singular de la vida, es la totalidad de la vida»; o «lo intemporal es independiente del ahora, del antes y del después y por tanto es asequible y presente a cada momento; mientras que lo eterno es un concepto del tiempo, del tiempo infinito e ininterrumpido», como ha señalado en «El Espacio y la Sociedad» (Simmel, 1977b: 649).

Aunque Simmel no ha ofrecido ningún tratado explícito y específico sobre la temporalidad³, sí afronta la distinción entre temporal y atemporal, donde el presente es un concepto límite «que no va más allá de la absoluta inextensión del momento»; el presente indica simplemente el punto de encuentro entre pasado y futuro, pero como el pasado ya no es y el futuro no es todavía, sólo es real el presente, algo que es lógicamente atemporal. El tiempo gustaba de decir no está en la realidad y la realidad no es tiempo.

En su breve ensayo «Para una metafísica de la muerte» encontramos preciosas consideraciones sobre esto mismo. Allí dice: «El misterio de la forma reside en el hecho de que es frontera; es la cosa misma y al mismo tiempo el finalizar de la cosa, la región en la que el ser y el ya-no-ser de la cosa son uno (...). Pero su frontera no es sólo espacial, sino también temporal (...) la muerte está ligada a la vida de antemano y desde el interior (...) [no] morimos en nuestro último instante.»

La significación configuradora de la muerte, dirá, «delimita, esto es, conforma nuestra vida no sólo en la hora de la muerte, sino que es un momento formal de nuestra vida que tiñe todos sus contenidos: la delimitabilidad de la totalidad de la vida por la muerte pre-actúa sobre todos sus contenidos e instantes; la cualidad y forma de cada uno sería distinto si pudieran sobrepasar esta frontera inmanente».

Ha recordado Bodei (1993: 62) que eternidad, *aion* en griego, *aevum* en

¹ Carta de Theodor W. Adorno a Walter Benjamin, el 10 de noviembre de 1938, en Benjamin (1978: 364). La respuesta de Benjamin se encuentra en la carta que le escribió a Adorno desde París el 6 de agosto de 1939, donde le comenta *Filosofía del dinero* y lo que le impresionó la crítica de la teoría del valor de Marx (*ibid.*, pp. 383-384). En Benjamin (1986: 121-122), en la parte dedicada a la Moda, cita en varias ocasiones a Simmel.

² D. Frisby (1985). El capítulo II se intitula justamente «Georg Simmel. La modernidad como eterno presente». Entre 1897 y 1907, Simmel publicó varios textos breves en la revista de Munich *Jugend*, de donde el movimiento *Jugendstil*. Una parte de ellos apareció bajo el título «Momentbilder sub specie aeternitatis». Algunas Instantáneas *sub specie aeternitatis* fueron publicadas en *Aut-Aut*, núm. 257, 1993, pp. 15-19.

³ A. Cavalli (1993: 73-85). Refiriéndose al *Lebenstempo* cita a Simmel: «Lo que llamamos tiempo de la vida es el producto del número y de la profundidad de los cambios» (p. 82).

latín, significa originariamente culmen o flor de la edad. Haciendo uso de la figura retórica del quiasmo, así lo traduce Simmel: «días turgentes, desbordantes en los cuales se cree esperar todavía cualquier pasado, recordar ya cualquier alegría futura», refiriéndose al paisaje de Böcklin en el que «todo es como en los instantes del mediodía estival, cuando la naturaleza contiene la respiración, cuando el curso del tiempo se coagula. La esfera en la cual ahora sentimos no es la eternidad en el sentido de la duración inmensa, por consiguiente no es la eternidad en el sentido religioso, es simplemente el cesar de las relaciones temporales. Al mismo tiempo llamamos eterna a una ley natural no porque exista desde siempre, sino porque su validez no tiene absolutamente nada que ver con el antes ni con el después» (Simmel, 1985: 86). Como ha insistido Bodei (1993: 66-67), relacionándolo con la idea goethiana de metamorfosis —el conservarse de la forma a través de las mutaciones—, «cada momento en apariencia casual y amorfo contiene en sí en potencia la génesis y la desaparición de una determinada forma».

Cuenta Luckács⁴ que Simmel en cierta ocasión habría dicho que «había demasiadas pocas categorías como había demasiados pocos sexos». Hizo, sin embargo, Simmel del dualismo un principio acaso porque, como gustaba de decir, «dos es más antiguo que uno». La vida como dualismo, en efecto, es el primer epígrafe a modo de paratexto de su espléndido ensayo «Filosofía de la Moda» (Simmel, 1923), en donde subrayará las oposiciones particular / universal; igualdad / diferenciación; imitación / distinción; cohesión / separación. Dualismo que encontrará en la fisiología: «La base fisiológica de nuestro ser nos ofrece la primera indicación; necesitamos del movimiento no menos que de la quietud, de la productividad como de la receptividad», en la vida espiritual, en la afectiva (...) «la historia entera de la sociedad puede desarrollarse al hilo de las luchas y compromisos, de las conciliaciones lentamente logradas y pronto deshechas que tienen lugar entre el impulso a fundirnos con nuestro grupo social y el afán de destacar fuera de él nuestra individualidad». Anteriormente, en *Filosofía del dinero*, ya había señalado que «la moda es una de esas instituciones sociales que unifican, en una proporción peculiar el interés por la diferencia y el cambio que se da por la igualdad y la coincidencia» (Simmel, 1977a: 580).

En el interior de la constante contraposición que proviene del dilema vida forma —la moda es una *Lebensform*, una forma de vida (vida como el movimiento y el esfuerzo por el cual nuestra conciencia busca ajustar un contenido a una forma; forma como orden plástico, modificable, vivo, una dirección y una tendencia más que una cosa)—, Simmel se refiere, como Gabriel Tarde —o como Spencer—, a la propensión psíquica a la imitación, el tránsito de la

⁴ A los pocos días de la muerte de Simmel (1918), el joven Luckács escribió un breve texto, «Georg Simmel», a quien califica como el más grande filósofo del impresionismo «(...) era un Monet de la filosofía, a quien hasta ahora no ha seguido todavía ningún Cézane. Perucchi (1998: 67-76).

vida en grupo a la vida individual. El que imita, dice, transfiere a los demás la exigencia de ser original y de la responsabilidad por su acción. El imitador que actúa porque los demás obran así se opone al hombre que obra en vista de finalidades, el hombre teleológico.

No parece que Simmel, tan cáustico con la imitación —la hija que el pensamiento tiene con la estupidez—, vea en el hombre moderno, ¿peregrino?, ¿*flanêur*?, siempre *in itinere*, alguien con fines precisos, con objetivos certeros, con metas. Así, en su bellissimo ensayo sobre Rodin⁵, de quien decía que nos libera porque traza con la más alta perfección la imagen de esa vida que se agota en la pasión del movimiento, se refiere al alma humana, «para la que el destino universal supone (...) un punto de tránsito de una trayectoria que viene de lo indefinido, un alma amante de los caminos sin metas y de las metas sin camino» (Simmel, 1988: 168).

El conflicto entre autoafirmación considerada como diferencia —autosuperación o individualismo estético— y disolución en el mundo de las formas es otra constante en la reflexión de Simmel, quien subraya que «la moda es imitación de un modelo dado», lo que satisface la necesidad de apoyarse en la sociedad librándose del tormento de decidir, transfiriendo a los demás las exigencias de ser originales, reduciendo la conducta de cada uno (*token*) a mero ejemplo de una regla (*type*). Pero «no menos satisface la necesidad de distinguirse, la tendencia a la diferenciación, a cambiar, a destacarse». Para Simmel, más que a la variación de los contenidos, esto sucede sobre todo porque, asevera, siempre las modas son modas de clase.

En este punto, Simmel parece concordar con Veblen⁶; las modas de la clase social superior se diferencian de las de la inferior y son abandonadas en el momento en que ésta comienza a acceder a ellas.

Deudor de Simmel, E. Goffman lo expresará así: la estructura de clase de la sociedad requiere la apropiación de estratagemas simbólicas mediante las cuales las clases sociales puedan distinguirse la una de la otra. El vestido en general y la moda en particular se prestan en modo admirable a este objetivo en cuanto proporcionan un medio altamente visible, pero económicamente estratégico, con el que quien está «arriba» puede, a través de la calidad y el «estar de moda» del propio vestido, comunicar la propia superioridad de clase a quien está «debajo». Además, el hecho de quien está «debajo» llegue rápidamente a emular, siempre toscamente, las modas de las clases superiores testi-

⁵ Simmel (1988: 168). Considera Simmel a Rodin como el primero en descubrir la intemporalidad artística del movimiento puro.

⁶ Thorstein Veblen (1974), original 1899, sobre todo el capítulo VII: «El vestido como expresión de la cultura pecuniaria», en p. 177 se lee: «los vestidos elegantes cumplen su finalidad de ser elegantes no sólo por el hecho de que sean costosos, sino también porque son los emblemas del bienestar. No sólo demuestran que quien los lleva es capaz de gastar una cantidad de dinero relativamente grande, sino que al mismo tiempo ponen de manifiesto que consumen sin producir». En p. 183, Veblen dice: «se considera bella la moda dominante», aserto que compartirá Simmel.

monia simbólicamente la legitimidad de los modelos de deferencia ínsitos en un sistema de clases. En otras palabras, quien está debajo demuestra en este modo un «justo respeto» hacia los propios «superiores» (Goffman, 1951: 294-304).

El concebir la moda como moda de clase dio paso a caracterizar la difusión de la moda, de las clases más altas a las más bajas, en sentido vertical, tal como lo define la *trickle-down theory* o *Tröpfelmodell*, un mecanismo que permite la difusión «gota a gota» de las modas por medio de la jerarquía de los estatus. Quienes, como Blummer⁸, hayan cuestionado la explicación *trickle-down* sustituyéndola por la «selección colectiva», o quienes sostienen hoy que la difusión de la moda más que vertical es horizontal⁹, no han conseguido, creo, superar en lo esencial el diagnóstico de Simmel.

De pasada dice Simmel que si examina la historia de las modas nos percibiremos que sólo ha sido estudiada, antes que él, en función de sus contenidos. A este respecto cabe recordar el *Tratado de la vida elegante* (1830) de ese gran admirador de Brummel, Balzac, para quien «el vestido es la expresión de la sociedad», en el que se sostiene que «explicar la larga cabellera de los Francos, la tonsura de los monjes, los cabellos rasurados de los siervos de la gleba, las pelucas de Popocambou, los coloretos de los aristócratas y los *titus* de 1790 equivale a contar las principales revoluciones de Francia. Del mismo modo que preguntar por el origen de los zapatos *à la poulaine*, de los bolsos, de las capuchas, de las escarapelas, de las canastas, de los guantes, de las máscaras, del terciopelo es generar un *modilogue* en el pavoroso dédalo de las leyes suntuarias». Simmel, en cambio, propone estudiar su significación para la forma del proceso social que permitiría conocer la historia de los ensayos hechos para adoptar al estado de cada cultura individual y social la satisfacción de las dos opuestas tendencias, la de imitar y la de diferenciarse.

El ver la moda como producto de la división en clases le permite observarla, en su comportamiento, como similar al honor, cuya doble función consiste

⁷ En tanto que Veblen, como Simmel, sostuvieron que la nueva moda pertenecía a las clases sociales superiores, se ha querido ver en ellos una confirmación de la difusión «gota a gota». Sobre la *trickle-down theory* se puede consultar B. BARBER (1957), *Social Stratification*, N. Y., Hancourt, o D. E. ROBINSON (1961), «The Economics of Fashion Demand», *Quarterly Journal of Economics*, LXXV, núm. 3. El término *Tröpfelmodell* (modelo «gota a gota») es empleado por el sociólogo G. WISWIDE, en «Theorien der Mode aus soziologischer Sicht», *Jahrbuch der Absatz und Verbanchs Forshuny*, I, 1971, p. 87, en N. Squicciarino (1990: 164).

⁸ H. Blummer redactó la voz «Fashion» en la *International Encyclopaedia of the Social Science*. En un artículo (1969) en *Sociological Quarterly X*, Summer escribió: «El mecanismo de la moda no parece derivar de una necesidad de diferenciación o emulación de clase, sino del deseo de estar a la moda, de estar a la altura de lo que es apreciado y considerado bello, de expresar los nuevos gustos que emergen en un mundo en continuo cambio». Sobre la teoría de la selección colectiva de Blummer, ver Fred DAVIS, *Fashion Culture and Identity*, University of Chicago.

⁹ Idea ésta que se encuentra en el clásico *Influencia Personal*, de E. KANTZ y P. F. LAZARUS-FELD. Más recientemente, C. W. KING, «Fashion Adaption: A Result to the "Trickle Down" Teory», en G. B. Sproles (ed.), *Perspectives of Fashion*, Minneapolis, Burgges, 1981. Asimismo, Squicciarino (1990) y Davis (1992).

en trazar un círculo cerrado en torno a sí y al mismo tiempo separado de los demás. El honor, el punto de honor (pundonor), ha dicho Weinnrich¹⁰, es una ética de la opinión pública; lo que permite relacionarlo con el pudor, la vergüenza, el miedo, sentimientos que se encuentran en el origen de la moda, o mejor del vestido, como narra el Génesis (3, 7; 3, 10; 3, 21). Simmel, al definirlo espacialmente, como hará con la envidia —«la envidia mide (...) nuestra distancia con el objeto, y esto implica cierta lejanía junto con cierta proximidad»—, relaciona a su vez el honor con el marco de un cuadro¹¹ que da a la obra de arte el carácter de un todo unitario, orgánico, que forma un mundo para sí, y al mismo tiempo, actuando hacia fuera, relaciona todas las vinculaciones con el entorno espacial. En definitiva, una frontera que diferencia lo de dentro de lo de fuera.

El carácter abstracto y arbitrario de la moda se manifiesta en la indiferencia de la moda, en tanto que forma, frente a sus contenidos. «A veces son modernas cosas tan feas y horrorosas que parece como si la moda no se propusiera sino mostrar su poder haciendo que aceptemos, en aras de ella, lo más horrible.»

La sorprendente vigencia de estas consideraciones la podemos ratificar comparándolo con un reciente texto de Yuri Lotman (1999: 113): «El cambio regular de la moda, con sus constantes epítetos “caprichosa”, “voluble”, “extraña” que subraya la ausencia de la motivación, la aparente arbitrariedad de su movimiento, resulta una especie de metrónomo del desarrollo cultural. El carácter acelerado del movimiento de la moda está ligado al refuerzo del papel de la iniciativa personal en el proceso dinámico. En el espacio cultural del atuendo se desarrolla una lucha constante entre la tendencia a la estabilidad, a la inmovilidad (esta tendencia es psicológicamente vivida como justificada por la tradición, por el hábito, la moralidad por consideraciones históricas y religiosas) y la orientación opuesta hacia la novedad, la extravagancia: todo esto entra en la representación de la moda. De esta manera, la moda, se vuelve casi la visible encarnación de la novedad inmotivada, lo cual permite interpretarla ya sea como dominio de caprichos monstruosos, ya sea como esfera de creatividad innovadora. Un elemento obligatorio de la moda es la extravagancia. Esta última no es negada en el resurgimiento periódico de una moda orientada por la tradición, dado que la tradición misma, en este caso, resulta ser una forma

¹⁰ H. WEINNRICH, «Mitología dell'onore», en Weinrich (1976: 221). Allí dice: «puesto que el honor consiste en la opinión de los otros sobre el propio valor, puede perderse por medio de los otros». De ahí la necesidad de «lavar la vergüenza». Simmel, en «Filosofía de la Moda», dirá que el sentimiento de vergüenza nace cuando el individuo se sabe destacado en un conjunto. En «El secreto y la sociedad secreta» dice Simmel: «El honor traza una de estas fronteras en derredor del hombre y, con mucha finura, caracteriza el idioma las ofensas al honor con la frase acercarse demasiado». Simmel (1977b: 369).

¹¹ No creo exagerar si encuentro inspiración simmeliana en el texto que Ortega escribiera en abril de 1921, *Meditación del Marco*. En 1923, en el primer número de *Revista de Occidente*, apareció «Filosofía de la Moda» y, posteriormente, hizo publicar «El asa». Menos exagerado aún es encontrar igualmente inspiración simmeliana en el fundamental *Frame Analysis* de E. Goffman.

extravagante de rechazo de la extravagancia. Insertar un elemento determinado en el espacio de la moda significa volverlo relevante, dotarlo de significado semiótico. La inserción en la moda es un proceso continuo de transformación de lo no significativo en significativo»¹².

No hay estudio sobre la moda que no recuerde el tan citado aforismo de Coco Chanel, «moda es lo que se pasa de moda». Mucho, mucho tiempo antes, Simmel había insistido que a la moda lo único que le importa es sólo la variación. En *Filosofía del dinero* ya había señalado que si las modas de hoy (*sic*) ya no son tan extravagantes y costosas como las del pasado, y además tiene una menor duración, ello se debe a que se incorpora a círculos más amplios (es mucho más fácil hacer que las clases inferiores se las apropien). El resultado de esta transformación de la moda, tanto en su extensión como en su velocidad, es que «aparece como un movimiento autónomo, como un poder objetivo, desarrollado a través de las fuerzas propias, que hacen su cambio con independencia de la intervención de los individuos». En «Filosofía de la moda» lo dirá así: «la moda es, en su íntima esencia, sobreindividualidad».

En cuanto movimiento autónomo (*sic*), la moda se puede relacionar en Simmel con la aventura, *ad-ventura*, el moverse hacia cosas futuras, que está contenido en el presente, en el fulminante, transcurrir de las experiencias. Tal es ciertamente, dice Simmel, la forma de la aventura en el sentido más general: «que se desprende del contexto de la vida». «La aventura posee principio y final en un sentido mucho más nítido de lo que acostumbramos a predicar de otras formas de nuestros contenidos vitales. Responde esto a su desvinculación de los entrelazamientos y encadenamientos de aquellos contenidos, a su cambiarse en un sentido que existe para sí. Al tratarse de los acontecimientos del día y del año, nos damos cuenta de que uno de ellos ha tocado a su fin cuando o porque otro empieza; se determinan mutuamente sus límites y así, en definitiva, se configura o habla la unidad del contexto de la vida. La aventura, por el contrario, en su sentido específico, es independiente del antes y del después; sus límites se determinan sin referencia a éstos.»

Es, dice, en otro paso, como una isla en la vida, cuyo comienzo y final vienen determinados por sus propias fuerzas configuradoras y no, como en el caso de un trozo de continente, también por las de sus antecesores y sucesores (Simmel, 1988: 13).

La velocidad de la moda la explica así: «cuanto más nerviosa es una época tanto más velozmente cambian sus modas (ya que uno de sus sostenes esenciales, la sed de excitantes siempre nuevos, marcha mano a mano con la depresión de las energías nerviosas)». En «Las grandes urbes y la vida del espíritu», nuestro autor sentencia que el fundamento psicológico sobre el que se alza el tipo de individualidad de la urbe es el «acrecentamiento de la vida nerviosa». Los bosquimanos, dirá, al no disponer de una articulación en clases, no manifiestan

¹² También Y. LOTMAN, *Moda Abbigliamento* (Lotman, 1994), prólogo J. Lozano (Lotman, 1999). También U. Volli (1988).

tan interés por la variación en los vestidos y en los adornos; los cafres, en cambio, al poseer una jerarquía social graduada con todo detalle, experimentan un cambio bastante rápido de las modas.

En el fluir incesante de momentos fugaces, con la intensificación de la vida nerviosa, ve Simmel la característica de la modernidad (cuyo étimo, *modus*, lo relaciona con la moda), que para Baudelaire era, como se sabe, lo transitorio, lo fugitivo, lo contingente¹³.

Pertenece la moda al tipo de fenómenos cuya intención estriba en lograr una expansión y una realización cada vez más completa —el signo de la moda es eficaz— pero que con la consecución de esa finalidad absoluta entran en contradicción consigo mismos y acaban aniquilados.

El *tempo* de la moda es como el de la vida moderna, impaciente, que indica no sólo el ansia de un rápido cambio de los contenidos cualitativos de la vida, sino también de la potencia que adquiere el atractivo formal de los límites, del comienzo y del final, del llegar y del irse. Así lo dice Simmel: «la moda, con su juego entre la tendencia a una expansión universal y la aniquilación de su propio sentido que comporta justamente esa expansión, posee el atractivo singular del límite, el atractivo simultáneo del comienzo y del final, de la novedad y al mismo tiempo de la caducidad».

Cabe recordar aquí al Benjamin de los *Passagen Werke*, para quien «cuanto más efímero es un tiempo, tanto más se orienta según la moda», en el que se puede detectar una gran influencia simmeliana.

«Nacimiento y muerte —la primera a través de las circunstancias naturales, la segunda a través de circunstancias sociales— reducen notablemente, allí donde devengan actuales, el radio de acción de la moda. Este dato de hecho aparece en su justa luz a través de dos circunstancias. La primera se refiere a la muerte y muestra cómo la incesante creación natural de la vida venga “superada y conservada” (*aufgehoben*) en la moda, mediante la novedad. La segunda concierne a la muerte. También ella, no menos que aquella, viene “recuperada y conservada” en la moda, y precisamente mediante el *sex-appeal* de lo inorgánico que la moda libera»¹⁴.

La cuestión de la moda no es ser o no ser, dirá Simmel, sino que ella es simultáneamente ser y no ser, se sitúa siempre en la división de las aguas entre el pasado y el futuro, proporcionándonos así mientras está en su apogeo un sentimiento de presente tan intenso como pocos fenómenos. «Aunque la culminación en cada momento de la conciencia social en el punto que ella designa, entraña también el germen de su muerte, su inevitable destino de ser susti-

¹³ En «La modernité», *Le Peintre de la Vie Moderne*, Baudelaire (1986). La cita exacta es «la modernité c'est le transitoire, le fugitif, le contingent, la moitié de l'art, dont l'autre moitié est l'éternel et l'immuable» (p. 467). En «Eloge du maquillage», *ibid.*, p. 492, será donde diga «Toutes les modes sont charmantes».

¹⁴ Benjamin (1986: 124). Esta cita dio pie a Mario PERNIOLA, que define la moda como «estrategia de las apariencias», a intitular un libro suyo *El «sex-appeal» de lo inorgánico*, Trama, Madrid (1998). Idea que aparece también en *Disgusti*, Costa Nolan, Milano (1999).

tuida, el carácter transitorio que esto implica no la descalifica en conjunto, sino más bien añade a sus atractivos uno más.»

La moda pareciera saber sólo conjugar el presente, un presente impaciente, un presente acentuado para Simmel. Para Barthes, en *Le Système de la Mode*, el presente es un presente vengador que sacrifica cada temporada los signos de la temporada precedente. «Por una parte —dice Barthes—, el hoy de la Moda es puro, destruye todo a su alrededor, desmiente el pasado con violencia, censura el advenir, desde el momento en que este advenir excede la estación; y por otra parte cada uno de estos hoy es una estructura triunfante, cuyo orden es extensivo (o extraño) al tiempo, de suerte que la Moda proporciona lo nuevo incluso antes de producirlo y realiza esa paradoja de un nuevo, imprevisible y sin embargo regulado; (...) cada Moda es a la vez inexplicable y regular. Así la memoria lejana abolida, el tiempo reducido al dualismo de lo que es demolido y de lo que es inaugurado, la Moda pura, la Moda lógica no es jamás otra cosa que una sustitución amnésica del presente al pasado»¹⁵.

El presente de la moda con vocación de eternidad lleva a decir a Simmel que «tiene la moda la propiedad de que cada nueva moda se presenta con aire de cosa que va a ser eterna», lo que no contradice su principio fundamental, a la moda ciertamente lo que le importa es variar.

En sus consideraciones topológicas y espaciales habla de la moda que viene de fuera, cuyo origen exótico, dice, parece favorecer la concentración del círculo que la adopta. Precisamente por venir de fuera, engendra esa forma de socialización tan peculiar y extraña que consiste en la referencia común de los individuos a un punto situado fuera de ellos. Idea ésta que está presente en su digresión sobre el Extranjero, que no es el que viene hoy y se va mañana, sino el que viene hoy y se queda mañana¹⁶.

La unión entre la proximidad y el alejamiento que se contiene en todas las relaciones humanas, dice en «El Extranjero», ha tomado aquí una forma que pudiera sintetizarse de este modo: la distancia dentro de la relación significa que el próximo está lejano, pero el ser extranjero significa que el lejano está próximo.

Idea ésta que trasladó al campo de las emociones; por ejemplo, la envidia: «De lo que se envidia se está al mismo tiempo más cerca y más lejos del bien cuya no posesión no es indiferente»; la envidia así vista permite medir, por decirlo así, la distancia con el objeto, lo que siempre supone lejanía y proximidad.

¹⁵ *Le Système de la Mode*, en R. Barthes (1994: 366-367); en nota dice Barthes: «De hecho, la moda postula una ucronía, un tiempo que no existe; el pasado es vergonzoso y el presente “comido” sin cesar por la Moda que se anuncia.»

¹⁶ «Digresión sobre el Extranjero», dentro de *El Espacio y la Sociedad* (1977b: 716). En «Filosofía de la Moda», Simmel dedica una parte a la moda y lo extranjero subrayando la gran predilección en importar la moda del extranjero. «Precisamente por venir de fuera, engendra esa forma de socialización tan peculiar y extraña, que consiste en la referencia común de los individuos a un punto situado fuera de ellos.»

No importa el espacio puesto que es «una forma que en sí misma no produce efecto alguno» —aunque, como Kant dijo, es «la posibilidad de la coexistencia— sino el confín, el límite, la frontera, que como en matemáticas se puede definir como un conjunto de puntos que pertenecen simultáneamente al espacio interior y al espacio exterior¹⁷. En palabras de Simmel, el límite no es un hecho espacial con efectos sociológicos, sino un hecho sociológico con una forma espacial. Acaso por ello haya reparado en el doble sentido que posee la proposición «entre»: la relación entre dos elementos (que en sustancia no es más que un solo movimiento que se verifica en uno y en otro, de un modo inmanente) tiene lugar entre ellos, en el sentido espacial (Simmel, 1977b: 645).

Si se habla de movimientos cíclicos, otra analogía simmeliana aparece, la que relaciona al ritmo con la simetría: «El ritmo en el tiempo es análogo a la simetría en el espacio y transmite una idea de orden que garantiza un elevado grado de previsibilidad de los comportamientos.»

No se le escapó a Simmel, con mirada de entomólogo, el comportamiento de lo que hoy se denominaría *fashion victim*, que él indistintamente llama esclavo o frenético de la moda, y de su simétrico *demodé* o el hostil a la moda: «Si ir a la moda es imitación del ejemplo social, ir deliberadamente *demodé* es imitar lo mismo pero con signo inverso. No es, pues, la hostilidad a la moda menor testimonio del poder que sobre nosotros ejerce la tendencia social (...) la anti-moda preconcebida se comporta ante las cosas lo mismo que el frenético de la moda, sólo que rigiéndose por otra categoría: mientras éste exagera cada elemento, aquél lo niega. Hasta puede ocurrir que en círculos enteros, dentro de una amplia sociedad, llegue a ser moda el ir contra la moda.» Y esto lo dijo nuestro autor mucho antes de la aparición de la moda de los *blue jeans*.

Bajo el epígrafe «La tragedia de la moda», Simmel se ocupa de ubicar la moda dentro del tipo de fenómenos cuya intención es extenderse ilimitadamente, lograr una realización cada vez más completa, pero que al conseguir esta finalidad absoluta caerían en contradicción consigo mismos y quedarían aniquilados. La moda apenas alcanza su objetivo, muere en cuanto moda «víctima de la contradicción lógica consigo mismo, porque su expansión total suprime en ella la fuerza eliminadora y diferencial». La moda hermana de la muerte, diría Leopardi, son ambas hijas de la Caducidad. König (1972) lo dirá así: «Hay como un deseo de suicidio que roe a la moda y que se realiza en el momento que alcanza su apogeo.»

A la moda, insiste Simmel, lo que le importa es variar, pero, añade, como todo lo demás del mundo, hay en ella una tendencia a economizar esfuerzo; trata de lograr sus fines lo más ampliamente posible, pero, a la vez, con los medios más escasos que sea dado; de suerte que ha podido compararse su ruta con un círculo. Por este motivo, recae siempre en formas anteriores, cosa bien clara en las modas del vestir. Con gran lucidez afirma: apenas una moda pasa-

¹⁷ Y. Lotman (1998: IV).

da se ha borrado de la memoria, no hay razón para no rehabilitarla. La que la ha seguido atraía por su contraste con ella; al ser olvidada, permite renovar este placer de contraste oponiéndola a su vez a la que por la misma causa le fue preferida.

El atractivo especialmente picante y seductor de la moda reside, según nuestro autor, en el contraste que se establece entre su difusión tan extensa y omniabarcadora y una rápida y radical transitoriedad, en el derecho reconocido a la infidelidad para con ella.

Veamos ahora cómo esta idea de la recuperación de una moda pasada ya olvidada es expresada, bien que con tintes benjaminianos, por Baudrillard (1977: 132): la moda, el juego más superficial, la forma social más profunda, «extrae frivolidad de la muerte que nada dura, y el placer inverso de saber que más allá de esa muerte, toda forma tiene siempre la oportunidad de una segunda existencia». Si la modernidad es un código, afirmaba Baudrillard, la moda es su emblema¹⁸.

Ya hemos recordado el étimo *modus*, sea de moda o de modernidad. Nos ha recordado Eco (1995) cómo también la moderación significa estar dentro del *modus*, o lo que es lo mismo, una cierta medida, dentro de ciertos límites. La palabra *modus* nos recuerda, siempre según Eco, dos reglas que hemos heredado de la civilización griega y latina: el principio lógico del *modus ponens* y el principio ético formulado por Horacio: *est modus in rebus sunt certi denique fines, quos ultra citraque nequit consistere rectum* (hay una medida en todas las cosas, hay en suma confines precisos/más allá de los cuales no puede existir lo recto). Así, el infinito, *aperion*, sería lo que no tiene el *modus*¹⁹.

En *Diario Póstumo*, Simmel escribe: «El proceder del mundo me parece como el moverse de una rueda monstruosa, justamente como el presupuesto del eterno retorno. Pero de todos modos no con la misma consecuencia, que realmente en algún momento se repita lo idéntico. La rueda en efecto tiene un radio infinitamente grande. Sólo cuando ha transcurrido un tiempo infinito, es decir jamás, lo idéntico puede volver al idéntico lugar.»

La moda puede, aparentemente y en abstracto, acoger cualquier contenido. Cualquier forma de la indumentaria, del arte, de los comportamientos o de las

¹⁸ «La Mode ou la Fée du Code», en Baudrillard (1977: 132): «La moda es siempre retro, pero sobre la base de la abolición del pasado: muerte y resurrección espectral de las formas. Su actualidad propia no guarda referencia al presente, sino reciclaje total e inmediato, la moda es paradójicamente inactual. Supone siempre un tiempo muerto de las formas, una especie de abstracción por las que se deriven signos eficaces (...) Esthétique du recommencement (...).

¹⁹ U. Eco (1995). Recuerda Eco la obsesión latina por los límites, comenzando por la fundación de Roma (Rómulo traza una línea de confin y mata al hermano porque no le ha respetado); posteriormente la ideología de la Pax Romana y el proyecto político de César Augusto se basan sobre una definición precisa de los confines; cuando Julio César pasa el Rubicón *Alea iacta est* S. Simmel (1986: 31) escribió en su ensayo *Puente y Puerta*: «Es esencial para el hombre, en lo más profundo, el hecho de que él mismo se ponga una frontera, pero con libertad, esto es, de modo que también pueda superar esta frontera, situarse más allá de ella» y «(...) el hombre es el ser fronterizo que no tiene ninguna frontera».

opiniones puede ponerse de moda. Y sin embargo, dice nuestro autor, en la esencia íntima de algunas formas late una disposición singular para desarrollarse como moda, mientras que otras se resisten a ello también desde su interioridad. Pone Simmel como ejemplo todo lo que puede denominarse «clásico», relativamente lejano y ajeno a la forma de la moda. La esencia de lo clásico, dice, es una concentración de los fenómenos en torno a un centro inmóvil. El clasicismo tiene siempre algo de recogimiento en sí mismo y ofrece muy pocos puntos débiles en los que puedan hacer mella la modificación, la ruptura del equilibrio, la destrucción. Es característica de la escultura clásica la contención de los miembros. El conjunto es dominado de manera absoluta desde la interioridad; el espíritu y el instinto vital del todo mantienen uniformemente bajo su poder a cada fragmento del mismo a través de la perceptible contención de su apariencia exterior. Ésta es la razón de que se hable de «calma clásica» del arte griego. Se debe exclusivamente a la concentración de la forma exterior, que no permite que ninguna parte de ella entre en relación con fuerzas y destinos exteriores, despertando de este modo la sensación de que la configuración en cuestión se sitúa al margen de las cambiantes influencias de la vida general. Para ser moda, dice, lo clásico debe mutar en clasicismo y lo arcaico en arcaísmo. A modo de contraste, todo lo barroco, desmesurado y extremo es íntimamente proclive a la moda. Dice Simmel: los miembros ampliamente dispersos de la estatua barroca están siempre como en peligro de quebrarse. La vida interior de la figura no los domina plenamente, sino que los abandona o lo que dictaminen los azares de la realidad externa. Las creaciones barrocas, o al menos muchas de ellas, llevan la impronta de la inquietud, del influjo de lo casual, de la sumisión al impulso momentáneo que la moda realiza como forma de la vida social. No creo que pueda describirse mejor estos contrastes en función, cómo no, de los límites, una de cuyas características es la movilidad que permitió, por ejemplo, en la época barroca, como ha señalado Lotman, que sobre el fondo de una tradición ya constituida se incluye el pedestal en una roca y ligándolo de manera temática en una única composición con la figura²⁰.

Como en la Moda, en este caso se puede hablar de delimitación (*Abgrenzung*), del atractivo formal del límite, del conjuntarse en el continuum de la vida, el discontinuum de las formas, del modo en que «el contenido de la representación no coincide con la representación del contenido». Como en la moda, el confín es el lugar del contraste; es la cosa misma y al mismo tiempo el cesar de la cosa, el territorio circunscrito en que el ser y el ya-no-ser de la

²⁰ Lotman (1999: 101). El ejemplo que proporciona es la roca sobre la cual Falconet situó su estatua de Pedro el Grande en San Petesburgo. «Paolo Trubeckoi situó al proyectar el monumento a Alejandro III, introduce en él una cita escultórica de la obra de Falconet: el caballo puesto sobre una roca. La cita tenía, sin embargo, un sentido polémico: la roca que bajo los zócalos de Pedro confería a la estatua un empuje adelante. En Trubeckoi se transformaba en barranco y abismo. Su caballero había cabalgado hasta el límite y se había detenido pesadamente sobre el precipicio.»

cosa es una sola cosa. Como la Moda, o la Forma Moda, la Forma es antítesis de la continuidad. Como el juego, como la coquetería, como la seducción, como la *ad-ventura*. O como dijo de sí mismo en una carta que escribió a Marianne Weber en 1912:

«Ahora giro las velas y busco una tierra todavía no pisada. El viaje podrá incluso concluir antes de alcanzar la costa. Al menos no me sucederá como a muchos de mis compañeros, que se encuentran tan cómodos en su nave que llegan a pensar que la nave misma sea la tierra buscada»²¹.

BIBLIOGRAFÍA

- BARTHES, R. (1994): *Oeuvres Complètes*, II, París: Seuil.
- BAUDELAIRE, Ch. (1986): *Curiosités Esthétiques*, París: Garnier.
- BAUDRILLARD, J. (1977): *L'Echange Symbolique et la mort*, París: Gallimard.
- BENJAMIN, W. (1977): *Lettere 1913-1940*, Milano: Einaudi.
- BODEI, R. (1986): «Tempi e mondi possibili. Arte avventura, straniero in Georg Simmel», *Aut-Aut*, 257.
- CAVALHI, A. (1933): «La categoria del tempo in Simmel: una lettura sociologica», *Aut-Aut*, 257.
- DAVIS, F. (1992): *Fashion, Culture and Identity*, Chicago: University of Chicago.
- ÉCO, U. (1995): *Interpretazione e sovrainterpretazione*, Milano: Bompiani.
- FRISBY, D. (1985): *Fragments of Modernity. Theories of Modernity in the Work of Simmel, Kracauer, and Benjamin*, Cambridge: Polity Press.
- GOFFMAN, E. (1951): «Symbols of Status», *British Journal of Sociology II*.
- KÖNIG, R. (1972): *Sociología de la Moda*, Barcelona: Redondo.
- LOTMAN, Y. (1994): *Cercare la Strada*, Venezia: Marsilio.
- (1999): *Cultura y explosión*, Barcelona: Gedisa.
- ORTEGA, J. (1923): *Meditación del Marco*, en *Obras Completas*, Madrid: Alianza.
- PERNIOLA, M. (1998): *El «sex-appeal» de lo inorgánico*, Madrid: Trama.
- (1999): *Disgust*, Milano: Costa Nola.
- PERUCCHI, L. (1998): *Georg Simmel La moda*, Milano: Mondadori.
- SIMMEL, G. (1997a): *Filosofía del dinero*, Madrid: Instituto de Estudios Políticos.
- (1977b): *Sociología*, Madrid: Revista de Occidente.
- (1985): *Il volto e il ritratto*, Bologna: Il Mulino.
- (1986): *El individuo y la libertad*, Barcelona: Península.
- (1988): *Sobre la Aventura*, Barcelona: Península.
- SIMMEL, J. (1923): «Filosofía de la Moda», *Revista de Occidente*, 1 y 2.
- SQUICCIARINO, N. (1986): *El vestido habla*, Madrid, Cátedra.
- VEBLEN, Th. (1974): *Teoría de la clase ociosa*, México: FCE.
- VOLLI, U. (1988): *Contro la moda*, Milano: Feltrinelli.
- WEINRICH, H. (1976): *Metafora e Menzogna*, Bolonia: Il Mulino.

²¹ Cit. en A. Cavalli (1993: 83).

ABSTRACT

In *Simmel: la moda, el atractivo formal del límite*, the author upholds the radical modernity of G. Simmel's thought. The paper traces the technological, spatial and temporal aspects of fashion, showing it to be the social and cultural place of contrast, the territory where being and not-being merge into one and the same thing. The paper underlines the great contradiction of modernity (and fashion) in that it is a policy and an aesthetic outlook that hinges on contingent events and yet aspires to permanency. Here the seduction exercised by fashion is placed in the context of the recognised right to be unfaithful to it.