

Las modernas políticas del cuerpo: dialéctica entre cosa-a-la-venta y cosa-a-la-moda en Walter Benjamin

EDUARDO MAURA ZORITA

Eduardo Maura Zorita es licenciado en Sociología y Filosofía por la Universidad de Deusto (Bilbao). Profesional del sector editorial, realiza sus estudios de doctorado sobre Walter Benjamin en la Universidad Complutense de Madrid. Este artículo, así como la investigación general de la que procede, ha contado con el apoyo del Programa de Formación de Investigadores del Gobierno Vasco.

Estas páginas tratan de explicar cómo en nuestra experiencia de modernidad, sobre todo metropolitana y atestada, los cuerpos juegan un papel clave. Enfocando el análisis de Benjamin de París como la capital de modernidad, trataré de tomar dos de sus caracteres principales sociales, el *flâneur* y la prostituta, como medios de un acercamiento filosófico al modo en que experimentamos el campo de batalla de nuestro tiempo: la ciudad y su entorno cultural. También mostraré cómo Benjamin capturó en la prostitución y *flânerie* notables de modernidad social, cultural y económica. A esta luz, el capitalismo temprano, inevitablemente vinculado a ciertas piezas del viejo sueño ilustrado, muestra su peor cara: la vida diaria en París, gracias a Benjamin, es una señal en este campo y mi principal opción analítica.

These pages try to explain how in our experience of modernity, mostly metropolitan and crowded, bodies play a key role. Focusing on Benjamin's analysis of Paris as capital of modernity, I will try to take two of its main social characters, the flâneur and the prostitute, as means to a philosophical approach to the way we experience the battlefield of our time: the city and its cultural surroundings. I will also show how Benjamin captured in prostitution and flânerie remarkable aspects of social, cultural and economical modernity. Under this light, early capitalism, unavoidably linked to certain pieces of the old enlightened dream, shows its ugliest face: everyday life in Paris, thanks to Benjamin, is a landmark in this field and my main analytical option.

¿No es útil que de cuando en cuando el poeta, el filósofo, agarren un poco a la Felicidad por los pelos, y le digan, restregándole la cara por la sangre y la basura: "Ve tu obra y bebe tu obra"?
CHARLES BAUDELAIRE

Siguiendo el *dictum* benjaminiano por el cual en filosofía hay mucho del problema general de la exposición, se trata aquí de expresar los contenidos elementales de la aproximación de Benjamin a la cuestión del advenimiento de cierto metamercantilismo en el marco socio-temporal del París moderno. De ahí que haya optado por trazar una línea maestra de expresión y, respetando el método benjaminiano, tratado de iluminar enfáticamente sólo un par de aspectos de la constelación moderna. Así, con Adorno, constelación no es sistema y, obligado a ceder a los tipos sociales de la modernidad parisiense sus derechos naturales, he considerado que la mejor opción era proceder por contraste, para luego detenerme en las imágenes relevantes para la dialéctica entre cosa-a-la-moda y cosa-a-la-venta que da título a este texto. El núcleo de estas páginas se bifurca en dos ramas: 1) La modernidad capitalista se mira en el espejo de la mercancía, del intercambio y el consumo. Esta nueva esfera que estalla en su interior iguala o supera en importancia a los procesos productivos, afectando de forma profunda y compleja a los tipos sociales modernos, sus actitudes y cuerpos; y 2) la versión más elaborada o, si se quiere, dialéctica, de esta nueva metafísica es la moda. La moda se presenta en la ciudad de París bajo formas femeninas, pero es una forma general de vinculabilidad de sujeto y objeto que media entre los cuerpos y la pléthora de impresiones que caracteriza los modos de vida de los modernos con el ímpetu de lo-siempre-nuevo. Esto inaugura una forma de relación mercantil que se extiende desde el mundo de las convenciones hasta nuestra primera naturaleza, así como toda una metafísica

del tiempo. Mostrar cómo estos elementos convergen es la tarea genuina de este montaje.

Cuando Benjamin sale en busca de París se cruzan en su camino sus tipos sociales: el *flâneur*, el poeta, el bohemio o el hombre-anuncio. Busca formas originarias de la vida en aquel París y se fija en los tipos sociales más destacados a sus ojos, los que habitan en los márgenes, y las figuras precarias ya en su tiempo. El *flâneur*, por ejemplo, se extinguió cuando fue expulsado a las calles que, llenas de tráfico y asoladas por el movimiento, le impidieron hacer su trabajo con tranquilidad. La *flânerie* dejó de ser visible desde el ómnibus público, y la libertad poética de éstos, la de girar aleatoriamente a derecha o izquierda, también. Así murió la indecisión del *flâneur*. En nuestros días el tema sigue de actualidad: las calles de París siguen siendo inhabitables. Tiempo atrás, en pleno siglo de Victor Hugo, se hizo de la calle un escenario plenamente artístico: Baudelaire llamó al artista a salir a las vías públicas, a ocupar las aceras y observar bajo las luces de gas al hombre de la multitud.¹ Entre las muchas cosas que en la odiada Bruselas ponen a Baudelaire fuera de sí —informa Benjamin—, hay una que le llena de un encono especial: "No hay escaparates en las tiendas. El callejeo, tan grato a los pueblos dotados de imaginación, es imposible en Bruselas. No hay nada que ver y los caminos son imposibles".² Un fragmento de los *Pasajes* resuelve esta ecuación:

Comercio y tráfico son los dos componentes de la calle. Pero resulta que el segundo ha desaparecido en los pasajes: su tráfico es rudimentario. Es sólo calle ávida de comercio, que únicamente se presta a despertar los ape-

Palabras clave:

- Mercancía
- Cuerpo
- Modernidad
- París
- Prostitución
- Moda

¹ "Baudelaire amaba la soledad; pero la quería en la multitud"; W. BENJAMIN, 'El París del Segundo Imperio en Baudelaire', en *Iluminaciones II. Poesía y capitalismo*. Madrid: Taurus, 1980, p. 65. De forma muy pareja a como la modernidad experimenta e invierte la relación entre lo arcaico y la novedad, Baudelaire es muy proclive a manifestarse en términos de soledad de masas, al igual que su admirado Poe. Este básico sentimiento urbano, como otros expresados en estas páginas, no siempre fue un tópico, sino un motivo poético. Su popularización hizo el resto.

² W. BENJAMIN, *Iluminaciones II. Poesía y capitalismo*, p. 65.

Bajo Napoleón III los bulevares eran aún transitables, lo cual provocó la decadencia del paisaje, así como la nueva cultura del aire libre y la iluminación eléctrica

titos. Porque en esta calle los jugos dejan de fluir, la mercancía prolifera en sus márgenes descomponiéndose en fantásticas combinaciones, como los tejidos en las úlceras. El *flâneur* sabotea el tráfico. Tampoco es un comprador, es mercancía.³

Bajo Napoleón III los bulevares eran aún transitables, lo cual provocó la decadencia del paisaje, así como la nueva cultura del aire libre y la iluminación eléctrica. Antes, con el *intérieur* como calle, el lujo de los pasajes refulgía como nunca, y allí la burguesía se dejaba seducir. Después, el *flâneur* se vio obligado a contemplar la miseria urbana en los bulevares, con lo que sólo la ilusión por su método contemplativo pudo darle de comer. Floreció con los pasajes y parte de él murió con ellos. En este sentido, fue un caso único de fidelidad. La imagen dialéctica del *flâneur* nos conduce a la del consumidor masivo: ahora, esa actitud encarna la conciencia moderna. Benjamin detecta cómo en el *flâneur* había algo más que una poética de la esquina a doblar. Llegado cierto momento dejó de buscar placer visual para buscar comprador. Esta verdad-como imagen, este arquetipo dotado de índice histórico, se presenta en nuestros días en forma de un mundo que, en triunfal paseo de las nuevas cosas-a-la-venta, se vende a desconocidos. Bajo esta luz de gas, el *flâneur* somos ahora nosotros. Todo lo vemos, pero no tocamos nada. En esta tarea contamos con poderosos aliados: los medios de comunicación, apunta Buck-Morss, nos permiten una *flânerie* no ambulante. El valor de verdad del *flâneur* se muestra ahora, en nuestro tiempo, hecho consumo. La verdad de la mercantilización del tránsito callejero nos indica finalmente que, con los pasajes y los grandes almacenes, la carestía deja paso al consumo como catalizador del sentimiento de pertenencia a la masa. Podríamos añadir que también del sentimiento de no serlo.

Dialécticamente, la *flânerie*, ajena en buena medida a las restricciones sociales más banales, sufre también, y paradójicamente lo hace mano a mano con el burgués. En la vida moderna en la gran ciudad, la esfera pública ha dejado de ser dialógica y el burgués masificado ya no posee el lujo de la vida contemplativa. En términos de Simmel, la vida se fragmenta. La cantidad de estímulos que no llegan hasta el fondo de la conciencia, así como el de personas que conocemos anónimamente, nos hacen sentirnos clínicamente solos.⁴ La ciudad es en realidad un escenario: en escorzo lukacsiano, nadie se siente en casa en ella, ni siquiera Baudelaire, que nació allí. La ciudad se abre como paisaje pero rodea al *flâneur* como un escenario. El maridaje entre el siglo

XIX y la industrialización tiene algo que decir al respecto: ésta produce una crisis en la percepción. El tiempo se acelera; el *flâneur*, más acostumbrado a la política de las tortugas, se lamenta. El espacio se une a la vida y, junto a ella, se fragmenta también: las multitudes y la cadena de montaje ponen al siglo XIX en estado de *shock* por bombardeo de imágenes. La escritura se apresura, se hace urgente: los carteles publicitarios toman las calles; lo nuevo apremia y la novedad dice que los pasajes ya no sirven: la mercancía ya los ha exprimido; se excusa como una dama furtiva que tiene que tomar el aire. Los pasajes cayeron en el olvido alrededor de 1900, con los últimos pasos de un siglo XIX ya avejentado. El nuevo sistema espacial de la ciudad, muy siglo XX incluso en vida de su antecesor, privilegia al cuerpo: el pasaje ya no tiene cabida: ocupa demasiado. Con la decadencia de los pasajes, de acuerdo con la sentencia final del *exposé* de 1935, reconocemos como ruinas los monumentos burgueses incluso antes de haberse derrumbado. Los pasajes, en la época de Benjamin, ya no son lujosos: allí se compran postales y ropa de mal gusto, pretendidamente sexy. Sencillamente, han muerto. Su escuela se expone muy probablemente en uno de sus escaparates. Ciertamente es que, aunque ya no representaban sino el *subsuelo del mundo burgués*,⁵ los pasajes conservaban algunos restos de los sueños del siglo XIX.

Bajo estos focos, el sueño de la metrópoli moderna se interpreta para que, ahora arropado con el conocimiento necesario, pueda ser catalogado como pesadilla. Esta pesadilla se distribuye a lo largo del espectro de forma irregular: la diferencia radical entre el tipo social *flâneur* y el tipo *hombre-anuncio* es sintomática de que ni siquiera las penas del infierno pueden sustraerse a las diferencias de clase. Y es que uno solía sentirse a gusto en las calles, mientras que el otro no. Una cosa es ser allí vulnerable y otra tener un hogar. Habitar es la clave o, mejor dicho, los modos de habitar: véanse las *bag ladies* americanas que, harapientas, sostienen una bolsa de un gran almacén, como si volvieran de una grotesca sesión de *shopping*. Las diferencias de género también son manifiestas: el *flâneur* vagabundea, la mujer se prostituye. Si aquél encarna la nueva percepción moderna, la prostituta hace lo propio con la transformación de los objetos. La prostituta es mercancía por partida doble: es cosa-a-la-moda y cosa-a-la-venta.⁶ Dada esta vinculabilidad dialéctica, cabe proseguir nuestra visita con una referencia al rol analítico de la prostituta como cosa-a-la-venta.

Como la mercancía se relaciona, por mor de su contenido social, con la percepción de la alegoría, se podría decir que, además de vendedora y mercancía a la par, la prostituta es unidad de imagen y cuerpo. La imagen se encarna en un cuerpo real pero incurre al mismo tiempo en una autorreflexión de la imagen, de manera análoga a como Benjamin utiliza la figuras *huella* o *aura*, como queriendo hacer de la relación entre cercanía y lejanía fértil. Como nos recuerda Sigrid Weigel, Karl Kraus estaría en lo cierto al reconocer que cuanto más cerca se mira a la palabra, más lejos mira ella. Los dos polos, cuerpo e imagen, convergen en la oscuridad del siglo, bajo sus ropajes. Pero, ¿por qué dicho énfasis? El papel crucial de la moda y la mujer en París sin duda desborda los límites del tipo social *prostituta*.

3 W. BENJAMIN, *Libro de los Pasajes. Apuntes y Materiales*, trad. de L. Fernández Castañeda, I. Herrera y F. Guerrero, ed. de R. Tiedemann, Akal, Madrid, 2005, p. 77; en adelante, LP y número de página.

4 La obra de Simmel está plagada de imágenes urbanas afines a la del hombre que, sentado en un vagón de metro, mira sin hablar durante horas. Especialmente inspirado es el artículo 'Las grandes urbes y la vida del espíritu', en G. SIMMEL, *El individuo y la libertad: Ensayos de crítica de la cultura*, trad. de S. Mas, Península, Barcelona, 1986, pp. 247-261.

5 Debo la expresión a Sigrid Kracauer. Véase D. FRISBY, *Fragments de la modernidad*, trad. de C. Manzano, Visor, Madrid, 1992, pp. 201-333.

6 Baudelaire siempre se identificó profesionalmente con una prostituta. Para él, la prostitución es un campo cargado simbólicamente. A este respecto, véanse los análisis llevados a cabo por Susan Buck-Morss y Sigrid Weigel, muy distintos entre sí pero altamente complementarios.

A los ojos de Benjamin, moda y muerte transitan juntas: si el nacimiento era una condición natural de la muerte, la moda, ahora, supera al nacimiento en tanto que fuente de novedad

¿Acaso no impediría esto un análisis más extensivo de las formas productivas modernas? La estrategia benjaminiana pasa por centrar su atención en ella a modo de mónada que refleja todas las demás partes del universo.

La figura femenina de la prostituta le ofrece además una oportunidad única de explosión en imagen dialéctica: “Como alegorías de la Modernidad esas figuras femeninas, sin embargo, aparecen reflejadas como imágenes dialécticas, al punto que Benjamin también discute las precondiciones que hacen de ellas el objeto de fascinación del autor que describe la vida moderna, quien se siente en un plano de igualdad con el héroe de la Antigüedad, en el sentido de que en él hay un rechazo de la naturaleza y de lo natural como reacción contra el desarrollo de la técnica y de la nivelación de las diferencias sexuales”.⁷ Las prostitutas, en su condición mercantil, son el punto de encuentro de representación y percepción, imagen y cuerpo. La prostituta como espacio del cuerpo y la imagen es traída a colación por mor de una alegoría de la modernidad. Como toda mercancía, ella se inmiscuye entre el sueño y la vigilia de los modernos en los pasajes. Es cifra o llave de desvelamiento de las fantasmagorías, los símbolos del deseo y las imágenes materializadas del inconsciente colectivo del primer *exposé* de los *Pasajes*. La prostituta es la imagen que la mercancía ve en el espejo cuando se busca con la mirada.

Al otro lado de la ecuación, si bien estaba previsto para los *Pasajes* el desarrollo de una metafísica de la moda,⁸ ésta se muestra enormemente expresiva de la primacía de la esfera del consumo en la modernidad capitalista de la, bajo esta luz, infernal ciudad de París. Si el infierno es (mito)lógicamente repetición, novedad y muerte, la moda ejerce de nuevo patrón de medida del tiempo moderno y concreción expresiva de la relación general entre sujeto y objeto en la nueva forma de producción mercantil: “En la moda, la fantasmagoría de las mercancías se adhiere a la piel”.⁹ El vestido es su correlato material y deviene frontera entre sujeto y objeto. Relativiza sin anular las clasificaciones sociales a la manera altomedieval, celebrando más la juventud que las diferencias de clase. La moda prescribe el ritual de adoración del fetiche rechazando la recurrencia. Ella requiere del olvido y no del recuerdo: prefigura rigurosamente la lógica histórica mefistofélica del proyecto ilustrado.

Pero la moda es también divinización de la cosa. Es el negativo dialéctico de la promesa originaria de transitoriedad: en última instancia, enajena la capacidad de cambiar y se afirma inorgánicamente. La moda es el

rigor mortis de la eterna juventud. Y, no precisamente por casualidad, aparece en París la moda del siglo XIX vestida de mujer. La femineidad, un tema muy presente en los textos más autobiográficos de Benjamin, es para él la creatividad natural, en contraste con la mecanización productiva de la moda inorgánica moderna. Por eso el *art nouveau* verá en la mujer frígida el *summum* de la estética. Para la mujer moderna ya no es la fecundidad su primera naturaleza. Esto amenazaría al proyecto moderno. Lo suyo es el culto a lo nuevo. Ese tener-que-ser-bella es reflejo último de las repetitivas penas de los condenados del infierno.

El desplazamiento de la transitoriedad de la naturaleza a las mercancías es una pérdida de fuerza vital. El mundo de las personas, la humanidad, “es aquello sobre lo que se cuelga el sombrero”.¹⁰ La moda, en sus propias coordenadas, imita, reproduce una humanidad artificial, moribunda de sentido.

A los ojos de Benjamin, moda y muerte transitan juntas: si el nacimiento era una condición natural de la muerte, la moda, ahora, supera al nacimiento en tanto que fuente de novedad. Al hacer de la mercancía el principal objeto de deseo humano, al inaugurar el primado del reino de las cosas muertas, la moda supera a la muerte. Lo-ya-muerto, ahora soberano, toma posesión de su legítimo territorio. La mujer moderna, obligada a aliarse con lo siempre-nuevo, reprime sus propias capacidades productivas y entra en la historia, pero lo hace muerta, como un cadáver alegremente adornado. La moda de los viejos pasajes y las viejas mujeres sólo puede escapar a la muerte representando su pantomima:

Aquí la moda ha inaugurado el lugar de intercambio dialéctico entre la mujer y la mercancía —entre el placer y el cadáver. Su dependiente, enorme y descarada, la muerte, toma las medidas al siglo... Dirige personalmente la liquidación, llamada en francés *révolution*. Pues nunca fue la moda sino la parodia del cadáver multiforme, provocación de la muerte mediante la mujer, amargo diálogo entre susurros, entre risas estridentes y aprendidas, con la descomposición. Eso es la moda. Por eso cambia con tanta rapidez; pellizca a la muerte, y ya es de nuevo otra para cuando la muerte intenta golpearla (LP, p. 92).

Hay sin embargo otras formas de experiencia: en casa del coleccionista las cosas toman control del espacio. Este tipo social es singularmente valioso para Benjamin. Se identifica con él y su planteamiento metodológico: “El verdadero método para hacer presentes las cosas es plantarlas en nuestro espacio (y no nosotros en el suyo)... No nos trasladamos a ellas, son ellas las que aparecen en nuestras vidas” (LP, p. 224). Por una parte, el coleccionista, con su mirada privilegiada, le ayuda a plantear la posibilidad de encontrar en la modernidad parisina una salida táctil a su característica fragmentación espacio-temporal, de índole publicitaria y, en consonancia, visual. Una larga cita indica el camino:

Al coleccionar lo decisivo es que el objeto sea liberado de todas sus funciones originales para entrar en la más íntima relación pensable con sus semejantes. Esta rela-

7 S. WEIGEL, *Cuerpo, imagen y espacio en Walter Benjamin*, Paidós, Barcelona, 1999, p. 152.

8 S. BUCK-MORSS, *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes*, Visor, Madrid, 2001, p. 114 y ss.

9 S. BUCK-MORSS, *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes*, p. 114.

10 S. BUCK-MORSS, *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes*, p. 117.

ción es diametralmente opuesta a la utilidad y figura bajo la extraña categoría de la compleción. ¿Qué es esta compleción? Es el grandioso intento de superar la completa irracionalidad de su mera presencia integrándolo en un nuevo sistema histórico creado particularmente: la colección. Y para el verdadero coleccionista cada cosa particular se convierte en una enciclopedia que contiene toda la ciencia de la época, de paisaje, de la industria y del propietario de quien proviene. La fascinación más profunda del coleccionista consiste en encerrar el objeto individual en un círculo mágico, congelándose éste mientras le atraviesa un último escalofrío (el escalofrío de ser adquirido)... Coleccionar es una forma de recordar mediante la praxis, y de entre las manifestaciones profanas de la "cercanía", la más concluyente. Por tanto, en cierto modo, el más pequeño acto de reflexión política hace época en el comercio de antigüedades. Estamos construyendo aquí un despertador que sacude el kitsch del siglo pasado, llamándolo "a reunión" (LP, p. 223).

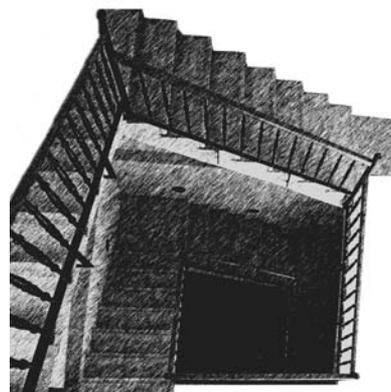
La propiedad y el tener están subordinados a lo táctil, y se encuentran en relativa oposición a lo óptico. Los coleccionistas son hombres con instinto táctil. Últimamente, por lo demás, con la retirada del naturalismo ha acabado la primacía de lo óptico que imperó en el siglo anterior. El *flâneur* óptico; el coleccionista, táctil (LP, p. 225).

Adorno, buen ejemplo de *flânerie* intelectual, supo ver algo similar en Dickens: él también sabía que al mundo de las cosas desechadas le era inherente el cambio o la posibilidad de salvación dialéctica. Nell, en la novela de Dickens *La tienda de antigüedades*, nunca llega a reconciliarse con las cosas, con el espacio burgués; su fuga es el gesto baldío del esclavo a perpetuidad. Dickens lo expresó en forma de alegoría del dinero bajo el influjo de la ciudad industrial: "Eran dos viejas, gastadas y ahumadas piezas de un penique, viejas, desgastadas, de un marrón grisáceo como el humo. ¿Quién sabe si a los ojos de los ángeles no relucirán con más brillo que las letras doradas cinceladas en las lápidas?"¹¹ En algún lugar de París, Londres, Berlín o Madrid, *flâneurs* y prostitutas buscan esas monedas en sus bolsillos. Al otro lado de la ciudad, Baudelaire mira al cielo desde su ciénaga y se pregunta por qué en guerra siempre hace mal tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

M. HORKHEIMER Y T. W. ADORNO, *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, S. Fischer Verlag, Frankfurt am Main, 1969 (*Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*, trad. de J. J. Sánchez, Trotta, Madrid, 2004).

D. FRISBY, *Cityscapes of Modernity*. Polity Press, Cambridge, 2001.



¹¹ En T. W. ADORNO, *Notas sobre literatura*, trad. de A. Brotons, ed. de R. Tiedemann, Akal, Madrid, 2003, p. 503.