



A DIALÉTICA DA MODA SEGUNDO WALTER BENJAMIN: FANTASMAGORIAS DO TEMPO E REDENÇÃO HISTÓRICA

The dialectic of fashion according to Walter Benjamin: phantasmagoria of time and historical redemption

Warley Souza Dias
Mestrando em História pela Unimontes
warleysou@yahoo.com.br

Ildenilson Meireles
Doutor em Filosofia pela UFSCar
meirelesildenilson@gmail.com

Resumo: No presente artigo, procuramos elucidar a correlação que Walter Benjamin estabelece entre a dinâmica da moda e a configuração do tempo na modernidade capitalista. Buscamos primeiramente reconstruir o diálogo que Benjamin mantém com outros teóricos que abordam a questão da moda na modernidade, tais como Baudelaire, Simmel, Eduard Fuchs e Rudolf von Jhering. Em seguida, analisamos a reflexão benjaminiana sobre a temporalidade da moda a partir da elucidação da categoria da novidade e de sua correlação com os fenômenos da repetição, da caducidade e do esquecimento. O texto se encerra com uma análise do que entendemos ser uma guinada interpretativa do tema da moda em Benjamin, operada em suas reflexões epistemológicas e metodológicas sobre a historiografia.

Palavras-Chave: Benjamin. Moda. Tempo histórico. Modernidade. Redenção.

Abstract: In this article, we intend to elucidate the relationship that Walter Benjamin establishes between the dynamic of fashion and the configuration of time in capitalistic modernity. At first, we investigate the dialogue that Benjamin maintains with other theorists who explore the fashion question in modernity, such as Baudelaire, Simmel, Eduard Fuchs e Rudolf von Jhering. After that, we analyze Benjamin's reflection about the fashion temporality based on newness or novelty category and its correlation with the phenomenon of repetition, transience and forgetfulness. The text ends with a reflection about what we understand as a main challenge perspective of Benjamin's thought in the fashion issue, based on his epistemological and methodological reflections on historiography.

Keywords: Benjamin. Fashion. Historical time. Modernity. Redemption.

No ensaio *O pintor da vida moderna*, o escritor francês Charles Baudelaire estabelece uma íntima conexão entre a moda e a modernidade, que será retomada posteriormente pelo filósofo alemão Walter Benjamin em seus estudos críticos sobre a obra baudelaireana, bem como, em suas pesquisas sobre a Paris do século XIX. Nesse texto, Baudelaire tece uma série de análises a respeito da obra de Constantin Guys, artista que, na história da arte, ficou conhecido pela pintura de costumes. Essa preferência de Guys, por retratar os homens conforme a moda e os costumes de seu próprio tempo, encanta Baudelaire, que vê nessa característica a encarnação exemplar de um novo paradigma estético. Ressalta-se que o gosto de Guys pela moda contemporânea não era uma regra nas artes plásticas da época. Como observa Baudelaire (1993, p. 227): “se lançarmos uma olhadela sobre nossas exposições de quadros modernos, ficaremos chocados com a tendência geral dos artistas de vestir todos os sujeitos com roupas antigas”. Ao pintar indivíduos contemporâneos com trajes arcaicos, esses artistas expunham, na verdade, um padrão de beleza fixa e imutável. Contrário a essa tendência arcaizante, Guys procurava retratar o presente revestido em sua beleza própria e atual. É nesse sentido que a obra de Guys fornecia, para Baudelaire, elementos paradigmáticos que possibilitavam a formulação de uma nova concepção do belo, histórica e racional, descrita por ele (1993, p. 219) nos seguintes termos: “O belo é feito de um elemento eterno, invariável, (...) e de um elemento relativo, circunstancial, que será, vamos dizer assim, sucessivamente ou tudo junto, a época, a moda, a moral e a paixão”. Para Baudelaire, esse procedimento admirável de Guy é representativo também de uma nova concepção estética a que este nomeia de “modernidade”: “Ele busca esse algo que nos permitirá de chamar a modernidade; pois não surge melhor palavra para exprimir a idéia em questão”. (BAUDELAIRE, 1993, p. 227). O que seria a modernidade? Nas palavras do poeta, ela é “o transitório, o fugidio, o contingente” (ibid., p, 227), “a beleza passageira, fugaz, da vida presente” (ibid., p, 251). Assim, em seu conceito de modernidade, Baudelaire confere à moda uma significação estética especial: O poeta louva-a porque reconhece nela a capacidade de portar os elementos transitórios e circunstanciais da beleza (isto é, a “modernidade” mesma),

que Constantin Guys, como artista e *homme du monde*, sabia tão bem extrair: “Trata-se, para ele, de extrair da moda o que ela pode conter de poético no histórico, de extrair o eterno do transitório”.(BAUDELAIRE, 1993, p. 227). Necessário esclarecer que a “modernidade” da moda não se relaciona tão somente a sua qualidade estética, à beleza que ela exorta e conduz; ela reside, ao mesmo tempo, na sua condição histórica de evento presente, isto é, na sua contemporaneidade. Como escreve Baudelaire (1993, p. 218): “O prazer que obtemos da representação do presente deve-se não só à beleza de que ele está revestido, como também à qualidade essencial de presente”. É nesse sentido que moda e modernidade estão ligadas, implicitamente, a outra noção capital da estética baudelaireana: a ideia do novo (*nouveau*). No mesmo ensaio, Baudelaire (1993, p. 223-224) elogia o olhar da criança que vê “tudo como novidade” e destaca “a curiosidade profunda e alegre (...), o olho fixo e animaismente extático das crianças diante do novo, qualquer que seja ele, rosto ou paisagem, luz, [...] cores, tecidos cintilantes, encantamento da beleza proporcionada pelo penteado”. A modernidade persegue o novo e, nesse aspecto, ela tem na moda a sua grande provedora.

Nos escritos das *Passagens*, Benjamin, na esteira de Baudelaire, identifica uma conexão estrutural entre a moda, a novidade e a modernidade. Entretanto, diferentemente do poeta francês, para quem o tema se assentava em uma questão eminentemente estética, ele retorna ao problema no quadro de uma crítica cultural mais abrangente, de viés materialista.

Cumprido ressaltar que já existiam, no século XIX, outras teorias sobre a moda com enfoque mais materialista. Nas *Passagens*, Benjamin procura registrar algumas dessas concepções sobre a moda, sem deixar de expressar os seus próprios posicionamentos. Talvez a mais famosa dessas teorias foi a ficou conhecida como “teoria do gotejamento”.¹ Segundo essa teoria, a moda é um fenômeno resultante da divisão de classes; ela é uma forma das classes mais nobres se distinguirem das classes mais baixas. Um dos representantes dessa teoria foi o jurista e historiador alemão Rudolf von Jhering, citado por Benjamin no fragmento B, 6 das *Passagens*:

¹ A respeito da teoria do “gotejamento” cf. SVENDSEN, 2010, p. 39 e ss.

A moda é a barreira – erigida sem cessar e sempre de novo demolida – através da qual o mundo elegante procura isolar-se das regiões medianas da sociedade [...] Explicam-se assim os traços característicos da moda atual. Primeiramente seu surgimento nas camadas superiores da sociedade e sua imitação nas classes médias. A moda se move de cima para baixo, não de baixo para cima [...] Daí vem a mudança contínua da moda. Tão logo as classes médias adotem a moda recém-lançada, esta perde seu valor para as classes superiores [...] Por isso, a novidade é a condição imprescindível da moda [...] (JHERING, 1883 *apud* BENJAMIN, 2006, p. 113).

Nas *Passagens*, Benjamin não questiona a validade da teoria do “gotejamento”, mas parece não concordar plenamente com ela. Isto porque ele aponta a moda não tanto como uma forma de diferenciação entre as classes, e sim como uma forma de encobrimento do conflito social inerente a uma sociedade fundada sobre a desigualdade. Mas de que modo se opera esse ocultamento? Uma resposta a essa questão se encontra no fragmento J 77,1 das *Passagens*:

As ideologias dos poderosos, em particular, são por natureza mais mutáveis que as idéias dos oprimidos. Pois elas não apenas têm que se adaptar, como as idéias destes últimos, a cada situação específica de conflito social, mas ainda têm que transfigurar essa situação como sendo no fundo, harmoniosa. Neste negócio é preciso proceder de forma excêntrica e aos saltos – um procedimento que é, no sentido pleno da palavra, próprio da moda. (BENJAMIN, 2006, p. 410).

Ao criar, incessantemente, a aparência de uma ordem sempre renovada, a moda transmite a ilusão da mudança, tão desejada pelas classes oprimidas. Como “o movimento vital da moda” consiste em “transformar *poucas coisas*” (BENJAMIN, 2006, p. 945), a moda serve bem aos donos do poder que “sentem uma imensa aversão a grandes transformações” (BRETCH, 1935 *apud* BENJAMIN, 2006, p. 109). Nessa perspectiva, a moda institui-se como instrumento ideológico, um mecanismo de “disfarce de determinados desejos da classe dominante” (BENJAMIN, 2006, p. 109), que consiste na manutenção do estado de dominação permanente. Mas o interesse das classes superiores é, para Benjamin, apenas um dos motivos do caráter de mudança permanente da moda. Podemos considerar como sua a objeção de Eduard Fuchs à tese do “gotejamento” defendida por Jhering:

É necessário (...) repetir que os interesses da divisão de classes são apenas uma das causas da freqüente mudança da moda e que a segunda – a freqüente mudança da moda como consequência do modo de produção capitalista privado, que sempre precisa aumentar suas possibilidades de venda no interesse de sua margem de lucro (FUCHS, 1926 *apud* BENJAMIN, 2006, p. 115).

Também Georg Simmel (1911 *apud* BENJAMIN, 2006, p. 11) observou que “a invenção da moda na época atual integra-se cada vez mais à organização objetiva do trabalho da economia. Não surge em algum lugar um artigo que se torna moda; ao contrário, criam-se artigos com a finalidade de tornaram-se moda”. As observações de Fuchs e de Simmel, citadas por Benjamin nas *Passagens*, apontam a rotatividade da moda como uma consequência do próprio modo capitalista de produção. Assim, de uma maneira mais imediata, o regime transitório da moda relaciona-se à dialética de produção da mercadoria que toma forma no auge do capitalismo. Benjamin (1989, p. 172) escreve: “Dialética da produção de mercadoria: a novidade do produto adquire (como estimulante da demanda) um significado até então desconhecido”. Qualidade independente do valor de uso da mercadoria, a novidade adere-se ao seu valor de troca, funcionando como um elemento gerador de atratividade para o mercado consumidor: “O novo é uma qualidade independente do valor de uso da mercadoria. (...) É a quintessência da falsa consciência cujo agente infatigável é a moda.” (BENJAMIN, 2006, p. 63).

É de se supor, portanto, que, na concepção de Benjamin, a moda moderna cumpre uma dupla função na sociedade capitalista: no nível da infraestrutura, ela institui-se como um motor da economia, impulsionando o consumo de mercadorias; em nível da superestrutura, ela desempenha a função ideológica de propagar, para as classes desfavorecidas, a pseudo-aparência de uma mudança histórica permanente.

Parece-nos assim que Benjamin compreende a moda não como um acontecimento marginal da história do século XIX, mas como evento que se inscreve no cerne mesmo do tempo moderno. Por meio da análise da moda e de seu princípio vital, o novo, Benjamin acaba por estender a sua crítica à própria forma do tempo histórico, isto é, à dinâmica

temporal da modernidade. Como observa Susan Buck-Morss (2002, p. 113): “quando a novidade se tornou um fetiche, a própria história se torna a manifestação da forma-mercadoria”. Seguindo a linha de pensamento de Benjamin, podemos dizer que o atributo da novidade, que recai sobre a mercadoria como um caráter fetichista, integra-se, como uma imagem fantasmagórica, à representação que a sociedade faz de si mesma, da sua cultura e de sua história. Tal ilusão, obviamente, se fundamenta em um equívoco, em uma falsa consciência histórica: O sempre-novo, difundido pela moda, é assimilado pelo coletivo, como sinônimo de mudança histórica e não como uma falsa aparência derivada da forma-valor mercadoria.

Nas *Passagens*, Benjamin procura mostrar de que forma a fantasmagoria do novo recebe seu coroamento máximo na ideologia do progresso: a crença de que a história humana estaria se encaminhando a um processo contínuo e necessário de evolução. Vários fenômenos culturais modernos reiteraram essa fantasmagoria, como é o caso emblemático das Exposições Universais. Eventos de divulgação dos artefatos da produção industrial-tecnológica da época, as Exposições Universais se tornaram famosas pela dimensão internacional e pela quantidade de público que movimentaram. “A Europa se deslocou para ver mercadorias”, proclamava Ernest Renan (1859 apud BENJAMIN, 2006, p. 232) a respeito da Exposição de 1855. As Exposições Universais colocaram-se, nas palavras de Benjamin (2006, p. 43) como “lugares de peregrinação ao fetiche da mercadoria”. Mais ainda: Elas deveriam tornar-se para as classes laboriosas uma “festa de emancipação” (ENGLÄNDER, 1864 apud BENJAMIN, 2006, p. 44). Obviamente, que essa emancipação não se concretizava de fato. O proletariado, o grande depositário da força de trabalho que dera origem aos novos produtos tecnológicos, tinha uma participação insignificante nos benefícios econômicos dessas festas de consumo. As mercadorias expostas deveriam dar à classe trabalhadora provas visíveis do progresso técnico e do desenvolvimento econômico, ainda que sua posse e consumo fossem, em grande parte, privilégios da burguesia. De acordo com o fragmento G 4a, 1 das *Passagens*:

A burguesia (...) fez questão, por assim dizer intencionalmente, de demonstrar *ad oculos* ao proletariado a possibilidade e a necessidade econômica de uma transformação social. A exposição universal deu-lhe uma excelente noção do incrível grau de desenvolvimento dos meios de produção alcançado por todos os países civilizados, o qual ultrapassou sobremaneira as fantasias mais ousadas dos utopistas do século anterior. (PLEKHANOV, 1891 apud BENJAMIN, 2006, p. 216).

As exposições universais alimentaram, nas multidões, a utopia de um paraíso na terra, vendiam a modernidade como uma “Idade de ouro” e o fizeram isso à custa de um grande mal-entendido: o progresso tecnológico e a riqueza material eram divulgados como sinônimos de progresso social e de mudança histórica. Conforme observa Giedon, em um comentário sobre as Exposições Universais e sua relação com a história do século XIX:

Todas as regiões, e mesmo, em uma retrospectiva, todas as épocas. Da agricultura e mineração, da indústria e das máquinas, mostradas em funcionamento, até as matérias-primas e o material manufaturado, até a arte e o artesanato. Há nisso tudo uma necessidade singular de síntese prematura, que é própria do século XIX (...) Ao lado de motivos inegavelmente utilitários, esse século queria fazer surgir a visão do cosmos humano lançando-se em um novo movimento (GIEDION, 1928 *apud* BENJAMIN, 2006, p. 211).

A série de Exposições Universais que se estendera por todo o século XIX retratara o cosmos e a história humana sob o embalo de “um novo movimento”, que traduzia-se, superestruturalmente, na imagem de um progresso sem precedentes. A coletividade do século XIX deixara-se embalar por esse novo ritmo, depositando nele toda a sua esperança utópica de transformação social. Para o coletivo do século XIX, anota Benjamin, o curso da história se apresentava como algo “sempre novo” (BENJAMIN, 2006, p. 588). Fato significativo para é que essa sensação de um “novo movimento” que agitava a história tinha uma conexão essencial com ritmo fugaz que à época se apoderava da moda. No fragmento B 5a, 3 das *Passagens*, lemos:

O triunfo da burguesia modifica a roupa feminina. Com a chegada do segundo Império; os laços familiares se relaxaram; um luxo sempre crescente corrompeu os costumes a ponto de tornar-se difícil distinguir,

unicamente pelo aspecto da roupa, uma mulher honesta de uma cortesã. [...] A toailete tornou-se uma imagem do movimento rápido que leva o mundo. (BLANCH, 1872 apud BENJAMIN, 2006, p.112).

Como dissemos anteriormente, o novo, é para Benjamin, aquele elemento-fetichismo comum à temporalidade da moda e ao tempo moderno, razão porque o tomaremos aqui como ponto de partida da nossa análise. Ora, não se trata, na moda, apenas da produção do novo, mas de sua produção incessante, isto é, da repetição interminável da novidade. A moda, como nos mostra Benjamin, inscreve o novo sob um regime de eterna repetição. O seu ritmo parece ser assim o da “eterna repetição do novo”. Essa busca da moda pelo novo é tão ilimitada e descomedida que ela consegue mesmo fazer aflorar o novo no velho. Os criadores da moda apropriam-se de conteúdos culturais esquecidos do passado, inserindo-os no presente como se fossem novidades. Como observa Grund (1935 apud BENJAMIN, 2006, p. 110):

os criadores da moda (...) freqüentam a sociedade e adquirem desse convívio uma impressão geral; (...) sua inspiração inflama-se com os estímulos (...) oferecidos por uma atualidade movimentada. Todavia, como nenhum presente desliga-se totalmente do passado, também o passado oferece-lhe estímulos.

Fato decisivo é que esse regresso contínuo da moda a motivos e formas arcaicas parece contradizer e descaracterizar a novidade como seu princípio vital. Em uma questão: A moda disseminaria o verdadeiramente novo, ou tão somente resgata velhos temas esquecidos, difundindo-os sob a aparência de novidades? Concebida sob outra perspectiva, sob mais olhar mais crítico e atento, a novidade da moda revela-se apenas superficial; ela é propriamente dizendo uma variação nos detalhes. No fragmento B 4,2 das *Passagens*, Benjamin cita o historiador e filósofo austríaco Egon Friedell (1931 apud BENJAMIN, 2006, p. 108-109), segundo o qual:

a história do vestuário demonstra surpreendentemente poucas variações, nada mais sendo do que uma seqüência de algumas nuances que mudam muito rapidamente, mas que também *retornam* com mais freqüência: o comprimento das caudas, a altura dos penteados, o comprimento das mangas, o volume da saia, o tamanho do decote, a altura da cintura. Mesmo

revoluções radicais como o atual corte de cabelos à la garçonne são apenas ‘o eterno retorno do mesmo’.

Na visão de Friedell - e esta é também, sob certo aspecto, a posição de Benjamin - as modas nada têm de originais. Elas são, na verdade, combinações e atualizações, mais ou menos criativas, de tendências antigas. Desse modo, embora a temporalidade da moda parecesse guiar-se, em um primeiro momento, sob a fórmula eterno retorno do novo, a sua história testemunha justamente o contrário: o seu regime temporal é, propriamente dizendo, o do eterno retorno do mesmo. Sob a face encantada do sempre-novo encontra-se latente o regime sombrio do eternamente-igual (*das Immergleiche*). Aos olhos de Benjamin, não se trata apenas de que o sempre-igual se apresenta com a aparência do novo; trata-se, também, e inversamente, de que novo é assimilado, na moda, sob a forma do sempre-igual. Essa última possibilidade é levada a termo pela moda moderna, quando esta se populariza e passa a adotar o artigo de massa em suas produções. “Pela primeira vez”, escreve Benjamin (1989, p. 172), “o sempre igual aparece de modo evidente na produção de massa.” Na produção de massa, a mais nova mercadoria tecnológica é produzida em uma série de exemplares idênticos. Ao adotar o artigo de massa, a moda submete o novo a um regime de contínua reprodução.

Seja enquanto eterno retorno do novo ou enquanto eterno retorno do mesmo, o que marca profundamente a temporalidade da moda é sua aparência de eterna repetição característica essa que, segundo Benjamin, coincidiria estruturalmente com o regime temporal próprio ao evento mítico. “A essência do acontecimento mítico”, escreve o filósofo, “é o retorno. Nele está inscrita, como figura secreta, a inutilidade gravada na testa de alguns heróis dos infernos (Tântalo, Sísífo ou as Naiades)” (BENJAMIN, 2006, p. 159).² Aos olhos de

² Essa ideia da eterna repetição, que se apresenta de uma forma emblemática na temporalidade da moda, encontra um eco teórico na doutrina do eterno retorno, que Benjamin descobre na filosofia de Nietzsche e, de uma forma antecipatória, no último escrito do revolucionário anarquista francês Auguste Blanqui, intitulado *A Eternidade das Estrelas*, citado na 2ª versão do *Exposé das Passagens*. É preciso ressaltar que Benjamin não concorda plenamente com a doutrina do eterno retorno, rejeitando o seu caráter cosmológico e absoluto. Para o filósofo, pensado como um princípio da história universal, o eterno retorno é tão ilusório quanta a crença moderna no progresso, sendo ambas as concepções nesse sentido, produtos da falsa consciência histórica. Conforme esclarece Buck-Morss, Benjamin não estava “sugerindo que o mito do progresso fosse substituído por uma visão conservadora ou niilista em que a repetição infernal fosse a essência da história em sua totalidade.

Benjamin, ao filiar-se ao novo, como seu paradigma constituinte, a modernidade parece estar presa ao ciclo temporal infinito, um círculo vicioso que lhe recai como uma espécie de “destino”. Esse destino, traduzido na terminologia materialista, é a própria lógica capitalista que se apodera no novo, não como motor para a renovação da sociedade, mas como uma forma de retroalimentação do sistema, de potencializar o capital, mantendo inalteradas a ordem social e as relações de produção. Se a moderno é o que há de mais-novo na história, então, este novo, assume, temporalmente, a forma cíclica de um eterno retorno (*die ewige Wiederkehr*). Este aparência de eterna repetição, constituinte da estrutura temporal da moda, parece contradizer a crença moderna no progresso, entendido como aperfeiçoamento *ad infinitum* da história. A crítica à moda permite nos mostrar que a modernidade, longe de realizar o ideal do progresso, parece recair sob a sombra de uma temporalidade mítica e infernal. Benjamin assinala os traços decisivos de sua crítica da modernidade: “O novo possui um caráter de aparência e coincide com a aparência da eterna repetição” (BENJAMIN, 2006, p. 1005).

Cânone do tempo mítico e infernal, a moda é também, para Benjamin, a encarnação de uma temporalidade mortífera e devastadora, que destina continuamente as coisas ao selo da caducidade e do esquecimento. A moda moderna é apresentada, por diversas vezes nas *Passagens*, com um alter-ego da morte. Na epígrafe que prefacia o *Arquivo B, “Moda”* Benjamin cita um das fontes inspiradoras de sua tese: trata-se de um dos diálogos morais do poeta italiano Giamoco Leopardi, intitulado *Diálogo entre a moda e a morte*. A citação é a seguinte: “Moda: Senhora Morte! Senhora Morte!” (LEOPARDI, 1928 *apud* BENJAMIN, 2006, p. 101). Nesse diálogo de Leopardi, escrito com uma espécie de prosa alegórica e satírica, a “Moda”, personificada na figura de uma Madame, conjura a “Senhora Morte”, apresentando-se como sua irmã:

Moda: Eu sou a Moda, tua irmã.

Morte: Minha irmã?

Moda: Sim; não te lembras que nós duas nascemos da Caducidade?

Pelo contrário, a repetitividade mortal do tempo, que é parte da imagética arcaica mítica do Inferno, descreve o que é verdadeiramente moderno e novo sobre a sociedade mercadológica” (BUCK-MORSS, 2002, p. 130).

Morte: Que tenho eu de me lembrar, que sou inimiga capital da memória.

Moda: Mas eu me lembro muito bem; e sei que ambas nos lançamos de igual maneira, a desfazer e modificar continuamente as coisas aqui embaixo, embora tu sigas, para isso, por um caminho, e eu, por outro. (LEOPARDI, 2008, p.2)

Na alegoria de Leopardi, o parentesco entre a “Moda” e “Morte” consiste no fato de que ambas nasceram de uma mesma progenitora: a Caducidade. Mas a verdade parece ser bem o contrário: a moda e a morte são as mães da caducidade, são elas que geram continuamente a decadência e envelhecimento, embora cada qual a sua maneira: a primeira se ocupa essencialmente com os seres naturais, com a vida biológica, a segunda ocupa-se com a vida cultural, com as coisas fabricadas, como os valores, hábitos e os costumes. Pode-se dizer de certa forma, que o que a morte produz no seio da natureza, a moda perfaz no âmbito da cultura e da história. A moda rivaliza com a morte porque ela inscreve a mortalidade como uma lei interna de seu movimento temporal.

Em seu artigo *La Mode et la Mort: réflexions sur W. Benjamin*, Antonio Rafele observa que Benjamin, em suas reflexões sobre o tema da moda, “descreve a complementaridade ou a tensão produtiva que se instaura entre a vida e a morte [...] vida e morte históricas se transformam assim em novidade e consumação”. (RAFELE, 2007, p. 63). “Vida” e “morte”, novidade e antiguidade, integram-se, na moda, como elementos indissociáveis e complementares. Conforme esclarece Gagnebin (1994, p. 49), se o novo é, por definição, o que há de mais recente no mundo, então ele está fadado, pela própria fugacidade do tempo, a logo envelhecer-se, tornando-se rapidamente o seu contrário, o ultrapassado, o antiquado. De igual maneira, a moda, ao guiar-se no novo, produz também e ao mesmo tempo, em um mesmo movimento temporal, o seu oposto: o *démodé*. Dito de outra forma, a novidade já carrega em si, dialeticamente, os germes de sua própria destruição. Como bem notara Paul Valéry, ao valorizar o novo, a modernidade acolhe, na realidade, não o duradouro, mas o perecível como valor: “A absurda superstição do novo, que infelizmente substituiu a antiga e excelente crença no julgamento da posteridade [...] atribuiu ao esforço do trabalho o fim mais ilusório e o utiliza para criar o que há de mais perecível, o que é perecível

por essência: a sensação do novo”. (VALÉRY, 1935 *apud* BENJAMIN, 2006, p. 111). Dessa forma, à medida que a modernidade identifica-se com o novo, fazendo dele o seu valor supremo e a lei de sua dinâmica, esta passa a integrar, inevitável e sub-repticiamente, a caducidade como seu elemento constitutivo e determinante.

Nas *Passagens*, Benjamin interpreta essa valorização moderna do novo e do seu signo oculto, o perecível, como derivada da lógica do capitalismo. De fato, o *boom* da indústria e do comércio, ocasionou uma aceleração e intensificação, sem precedentes, dessa dinâmica temporal mortífera, de criação do novo e de sua rápida conversão no velho. A lógica é simples: quanto mais mercadorias lançados ao mercado, mais mercadorias fora de circulação. Quanto mais novidades, mais antiguidades. Assim, o que era artigo de luxo torna-se logo artefato de antiquário. É preciso que as mercadorias sejam consumidas e descartadas, para que novas mercadorias possam entrar em circulação e serem colocados a venda. Como explica Bernd Witte (1992, p. 104):

O que Benjamin pretende dizer é que a modernidade se caracteriza pelo fato de não mais deixar o envelhecimento e a morte aos cuidados dos processos naturais, mas de colaborar no seu planejamento e encenação. Este processo básico que se impôs durante a industrialização e que também foi transferido para o campo da cultura: as coisas não têm mais tempo de envelhecer. As coisas não tem mais tempo suficiente para envelhecer, mas são produzidas de tal modo que são velhas desde o início e devem ser substituídas por coisas novas.

Na modernidade capitalista, a caducidade, portanto, não é em si mesma um fenômeno indesejável; pelo contrário, é ela que torna possível a intensificação do processo de produção e consumo de mercadorias. Parafrazeando Benjamin, em ensaio sobre Baudelaire, a modernidade parece estabelecer uma espécie de “*mímese da morte*” (BENJAMIN, 1989, p. 82). Esse fenômeno específico da modernidade capitalista tem uma conexão íntima e essencial com a moda. No capitalismo avançado, a moda irá se firmar como o setor cultural responsável por desencadear e agenciar o processo de circulação social de mercadorias. A moda assume, nesse contexto, a função de regular e determinar o ciclo vital da mercadoria, regulando tanto a sua entrada no mercado, ocasião em que é valorizada como novidade,

quanto o processo de sua saída, momento no qual esta é desvalorizada como *démodé* e sucata. Na sociedade produtora de mercadorias, a moda não tem apenas, portanto, como poderia ser pensar, a função de promover o novo, como estimulante do consumo, ela tem igualmente, a função de produzir, no mesmo ritmo, o velho. Eis a sua função de morte. No terreno da cultura, as modas são como “ritos de passagem”, por meio dos quais as mercadorias mais recentes são batizadas como novidades à custa do sepultamento e o esquecimento das mais antigas. A moda, diz Benjamin (2006, p. 45), “prescreve o ritual segundo o qual o fetiche da mercadoria deseja ser adorado”. Mas diversamente dos ritos da tradição, o ritual da moda pedem “não a lembrança, mas o esquecimento mesmo do passado mais recente” (BUCK-MORSS, 2002, p.132).

Talvez, o aspecto mais extraordinário da moda, e não menos paradoxal, consiste em que nela, o olvido e a caducidade, não são apenas fenômenos inevitáveis do regime de eterna mudança, mas instituem-se como elementos produtivos. De fato, não se trata apenas de que o novo da moda se converta rapidamente em seu oposto, no fora-de-moda, mas de que o *démodé* a que esta decretara ao esquecimento é a possibilidade pela qual a figura do novo retorna incessantemente. “Cada corrente de moda”, diz Benjamin (2006, p 438) “tem seu declive determinado por aquilo que caiu no esquecimento”. Essa produtividade que se erige sobre o terreno da própria destruição, assume, na moda, a forma de um trunfo sobre a morte. A moda, diz Benjamin (2006, p.105), “zomba da morte”. A dialética da moda, em um sentido mais fundamental, é uma ironia lançada ao tempo:

Seu espigado e atrevido caixeiro (isto é, da moda), a morte, mede o século em braços e, por economia, ele mesmo faz o papel de manequim e gerencia pessoalmente a liquidação que, em francês, se chama *révolution*. Pois a moda nunca foi outra coisa senão a paródia do cadáver colorido, provocação da morte pela mulher, amargo diálogo sussurrado com a putrefação entre gargalhadas estridentes e falsas. Isso é a moda. Por isso ela muda tão rapidamente; faz cócegas na morte e já é outra, uma nova, quando a morte procura com os olhos para bater nela. (BENJAMIN, 2006, p. 101-102).

Para Benjamin, portanto, a moda figura como o cânone do tempo mítico e infernal que assombra a modernidade: ela é o sempre-igual trajado como sempre-novo, é a novidade

que significa a caducidade e que destina fatalmente a cultura ao contínuo esquecimento. Não obstante e paradoxalmente, o filósofo vislumbra na moda um insuspeito potencial de redenção, o qual este procura direcionar para sua proposta de historiografia revolucionário-messiânica. Em *Parque Central*, Benjamin (1989, p. 165) formula a seguinte questão: “A moda é o eterno retorno do novo – Será que, apesar disso, existem precisamente na moda temas da salvação?”.

Assim, para Benjamin, se a moda se parece, por um lado, como uma espécie de *mimese* da morte, “por outro lado, é precisamente a moda que supera a morte”, pois ela “introduz o que está morto no presente. A moda é contemporânea de toda época passada”. (BENJAMIN, 2006, p. 982). Aliada da morte e do esquecimento, a moda possui paradoxalmente uma capacidade de superá-los, é o que podemos chamar de seu potencial de atualização, de vivificação histórica. Segundo Benjamin, essa capacidade reside na maneira peculiar que a moda resgata motivos e elementos de épocas passadas. Tal resgate não se coloca como uma prática de restauração cultural ou de mera imitação do passado. Trata-se, na verdade, de um procedimento de citação histórica, em que o elemento antigo, dado como morto e acabado, é recuperado, não propriamente no contexto do seu tempo de origem, o passado, mas no horizonte do próprio presente. O elemento antigo ressurge no tempo presente, dotando-se da mais viva atualidade. Como esclarece Benjamin (2006, p. 103): “Este espetáculo – como o que é totalmente novo se forma a partir daquilo que se passou – é o verdadeiro espetáculo dialético da moda”. Esse mesmo espetáculo dialético da moda é invocado por Benjamin na tese XIV de *Sobre o Conceito de História*, como paradigma da verdadeira temporalidade histórica, o tempo do agora (*Jetztzeit*):

A história é objeto de uma construção, cujo lugar não é formado pelo tempo homogêneo e vazio, mas por aquele saturado pelo tempo-de-agora (*Jetztzeit*). Assim, a antiga Roma era, para Robespierre, um passado carregado de tempo-de-agora, passado que ele fazia explodir do contínuo da história. A Revolução Francesa compreendia-se como uma Roma retornada. Ela citava a antiga Roma exatamente como a moda cita um traje do passado. A moda tem faro para o atual, onde quer que este se mova no emaranhado do outrora. Ela é o salto de tigre em direção ao passado. Só que ele ocorre numa arena

em que a classe dominante comanda. O mesmo salto sob o céu livre da história é o salto dialético, que Marx compreendeu como sendo a revolução. (BENJAMIN, 1994, p. 119)

A moda cita o passado, assim como Robespierre citava a Roma Antiga. Os revolucionares franceses se serviam da história da Roma antiga como motivação política, como motor para a mudança histórica. De uma forma semelhante, a moda se serve de motivos do passado para criação do novo. Ambas, moda e revoluções, dirigem-se ao passado em busca do elemento histórico heterogêneo onde quer que ele se encontre. É por meio desta dinâmica temporal, comum à moda e as revoluções, que Benjamin elabora o conceito de *Jetztzeit*, o tempo-do-agora. Como pondera Rouanet (1990, p. 99):

É sobre o modelo da moda que Benjamin constrói sua teoria dos agoras: (...) É ela que dá um salto de tigre em direção ao passado, servindo de modelo ao salto dialético da revolução. A moda, com efeito, é agente da mercadoria-fetichismo, quintessência do sempre-igual, mas só pode funcionar a serviço do fetichismo pela criação incessante do novo, e pela busca incessante desse novo em qualquer ponto do passado em que se ele encontre, constituindo, por isso, o paradigma da anti-história benjaminiana.

Como observa Benjamin, o maior problema da moda consiste no fato de que esta ocorre na arena da classe dominante. Isso significa dizer que o seu salto de tigre em direção ao passado não tem por função resgatar as aspirações e as expectativas frutadas das classes oprimidas, mas visa, pelo contrário relegar ao esquecimento os momentos revolucionários da história, atualizando tendências e motivos que servem, na verdade, aos interesses da classe dominante. Diversamente do materialismo histórico, que contempla todos os bens culturais com certo distanciamento, a moda parece caracterizar-se como um fenômeno ostensivo de celebração e apologia à cultura. Mesmo as citações “excêntricas” da moda se efetivam, na maioria das vezes, como celebração de modas antigas, ou seja, daquilo que já foi aclamado e glorificado em épocas passadas, como conquista cultural de uma determinada classe dominante. A moda seria, nessa perspectiva, apologia do já celebrado, rememoração da lembrança, ou, como nos diz Baudrillard (1996, p. 112), “frivolidade do já conhecido”, motivo que poderia, explicar, em parte, o porquê desta não conseguir sair do ciclo infernal do

eterno retorno. Pelo contrário, ela estaria muito mais a serviço da perpetuação da memória e da história oficial transmitida pelas classes dominantes, e, por esta razão, poderia ser considerada como uma cúmplice da barbárie que, segundo Benjamin, é subjacente ao processo de desenvolvimento da cultura.

Benjamin, de uma maneira inesperada, propõe uma espécie de deslocamento irônico e subversivo da lógica temporal da moda. Era preciso, segundo o filósofo, deslocar os procedimentos excêntricos da moda, originários da classe dominante, para o terreno teórico do materialismo histórico e para a arena das classes oprimidas, colocando-o a serviço do resgate das dimensões esquecidas e ignoradas da história, que, em sua interpretação, guardam, em alguma medida, um potencial de redenção. Nas palavras de Benjamin, a ação presente deve acender “o pavio do material explosivo que se situa no ocorrido (cuja figura autêntica é a moda). Abordar desta maneira o ocorrido significa estudá-lo não como se fez até agora, de maneira histórica, mas de maneira política, com categorias políticas” (BENJAMIN, 2006, p. 436-437). Trata-se, em outras palavras, de resgatar o elemento genuinamente novo que jaz esquecido no decurso de uma história aparentemente monótona e repetitiva e integrá-lo aos ditames do tempo presente, como material político-revolucionário.

REFERÊNCIAS

BAUDELAIRE, Charles. **Obras Estéticas: Filosofia da Imaginação criadora**. Petrópolis: Vozes, 1993.

BAUDRILLARD, Jean. **A troca simbólica e a morte**. São Paulo: Loyola, 1986.

BLANC, Charles. **Considérations sur le vêtement des femmes**: fragments d'un ouvrage sur les arts décoratifs. Paris: Impr. de Institut de France, 1872 *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

_____. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura.** 7ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994. (Obras escolhidas, v. 1).

_____. **Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo.** 1ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1989. (Obras escolhidas, v. 3).

BRECHT, Bertolt. Fünf Schwierigkeiten beim Schreiben der Wahrheit. **Unsere Zeit**, Paris-Basiléia, ano 8, n.º 2/3, abr., p. 23-34, 1935 *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens.** Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

BUCK-MORSS, Susan. **Dialética do olhar: Walter Benjamin e o projeto das Passagens.** 1ª ed. Belo Horizonte: Editora UFMG; Chapecó/SC: Editora Universitária Argos, 2002.

ENGLÄNDER, Sigmund. **Geschichte der französischen Arbeiter-Associationen.** Hamburgo: [s.n.], 1864 (v.4) *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens.** Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

FRIEDEL, Egon. **Kulturgeschichte der Neuzeit: Die Krisis der europäischen Seele von der schwanzen Pestbis zum Weltkrieg.** Munique, [s.n.], 1932 (v. 3) *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens.** Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

FUCHS, Eduard. **Illustrierte Sittengeschichte vom Mittelalter bis zur Gegenwart: Das bürgerliche Zeitalter.** Munique: Impressão particular, [1926?] (volume complementar) *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens.** Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

GAGNEBIN, Jeanne Marie. **História e Narração em Walter Benjamin.** São Paulo: Perspectiva/ FAPESP, 1994.

GIEDION, Sigfried. **Bauen in Frankreich: Eisen, Eisenbeton.** Leipzig-Berlim: [s.n.], [1928] *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens.** Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

GRUND, Helen. **Vom Wesen der Mode.** Separata: Munique, 1935 *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens.** Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

JHERING, Rudolph von. **Der Zweck im Recht**. Leipzig: [s.n.], 1883 (v. 2) *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

LEOPARDI, Giacomo. Diálogos Morais. Tradução de Gleiton Lentz. **Revista Travessias**, Unioeste, v. 2, n.º 2, [n.p.], 2008. Disponível em: <http://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/issue/view/313/showToc>. Acesso em: 13 agost. 2012.

PLEKHANOV, Georgi Valentinovitch. Wie die Bourgeoisie ihrer Revolution gedenkt. **Die Neue Zeit**, Stuttgart, IX, n.º 1, p. 135-140, 1891 *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

RAFELE, Antonio. La Mode et la Mort: réflexions sur W. Benjamin. **Sociétés**, n.º 97, p. 53-65, 2007. Disponível em: <http://www.cairn.info/revue-societes-2007-3-page-53.htm>. Acesso em: 25 jul. 2012.

RENAN, Ernest. **Essais de morale et de critique**. Paris, [s.n.], 1859 *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

ROUANET, Sérgio Paulo. **Édipo e o anjo**: itinerários freudianos em Walter Benjamin. Rio de Janeiro: Edições Tempo Brasileiro, 1990.

SVENDSEN, Lars. **Moda: Uma Filosofia**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zahar, 2010.

SIMMEL, Georg. **Philosophische Kultur**: Gesammelte Essays. Leipzig: [s.n.], 1911 *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

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

VALERY, Paul. **Préambule Exposition de l'art italien de Cimabue à Tiepolo**. Paris: Petit Palais, 1935, p. 3-9 *apud* BENJAMIN, Walter. **Passagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2006.

WITTE, Bernard. Porque o moderno envelhece tão rápido? **Revista USP**, São Paulo: EDUSP, n.º 15, p. 102-117, set./out./nov, 1992. Disponível em: <http://www.usp.br/revistausp/15/08-bernd.pdf>. Acesso em: 15 fev. 2012.