

Benjamin y las representaciones de la Modernidad

Autor(es): **Grespan, Jorge**



Grespan, Jorge. Graduado en Economía e Historia por la Universidad de San Pablo (USP), doctor en Filosofía por la UNICAMP, postdoctorado en la Freie Universität de Berlín. Profesor del Depto. de Historia de la FFLCH-USP. Autor, entre otras obras, de O Negativo do Capital (1998) y Revolução Francesa e Iluminismo (2003).

Es muy conocida la crítica de Benjamin a la Modernidad, en especial en su último período de investigaciones (1935-1940), marcado por el *Trabajo de los Pasajes* [*Das Passagen-Werk*]. La caracterización de la metrópolis industrial por su arquitectura –los pasajes o las anchas avenidas, que facilitan la circulación y dificultan las barricadas– y por sus tipos – el *flâneur* es tan solo el más famoso de ellos– permite entrever el origen del problema: la mercancía y su fetiche. El *flâneur* es definido como “fetiche de la mercancía”, que pasea sin rumbo aparente por la ciudad que se ha vuelto grande e anónima; que flirtea con “paseantes” con quienes nunca más se encontrará; y que admira las vidrieras donde las mercancías se exponen como obras de arte. Las calles más anchas y repletas de tiendas expulsan al burgués hacia sus casas, cuyos interiores, ricamente decorados con mercancía de lujo, intentan crear mundos en miniatura. Y comienzan las grandes exposiciones mundiales, o ferias universales, como “centro de peregrinación al fetiche mercancía”,^[1] en una nueva religión estética.

Como el método de Benjamin busca las mónadas, las imágenes en que se presentan congeladas y sintetizadas las tensiones dialécticas del proceso más amplio, es en París del siglo XIX y en Baudelaire donde él fija la mirada. En las *Flores del mal* desfilan todos los tipos de la metrópoli industrial, los bien adaptados al nuevo orden –damas, burgueses y gatos–, pero principalmente los inadaptados y decadentes, que de sus espacios intermedios o inapropiados lanzan una luz reveladora del verdadero carácter de este orden –el esgrimista y el conspirador, el jugador y el *flâneur*, la “mendiga rusa”, “los ciegos”, “las ancianas” que esperan la muerte, “el esqueleto trabajador”–. Todos ellos son figuras alegóricas a través de las cuales Baudelaire representa la complejidad de las transformaciones de su tiempo. Es como “poeta alegórico” que es, considerado por Benjamin, de acuerdo con el título de la primera parte del libro proyectado en 1937, *Charles Baudelaire: un poeta lírico en el auge del capitalismo*.

El concepto de *alegoría*, crucial en esta descripción de Baudelaire, también lo es, como se sabe, para todo el diagnóstico benjaminiano de la Modernidad. El presente artículo intenta, por ello, detallar un poco el significado de la alegoría, para después relacionarla con las formas de la circulación mercantil y su fetiche. Al final, las proposiciones de Benjamin serán interpretadas a la luz de conceptos de Marx, expuestos en *El capital* y en los *Grundrisse*, para los cuales los conceptos de Benjamin son muy esclarecedores en el sentido de formular una idea de representación (*Darstellung* y *Vorstellung*) propia del capitalismo.

Benjamin comenzó a definir la alegoría en su libro sobre el drama barroco. Vale la pena recordar que la intención del texto no era la de un estudio meramente histórico, pues ya el final del largo prefacio de teoría del conocimiento [*erkenntnistheoretisch*] traza paralelos entre la situación del siglo XVII y la del XX; tanto la de sus escritores “interiormente vacíos o en el fondo convulsionados, exteriormente absortos en problemas técnicos y formales”, [2] como la de las propias épocas “de decadencia”, cuyas “imágenes literarias no brotan de una existencia comunitaria” [3] estable y única. Eran esas “analogías” con el presente las que justificaban, no solo el interés renovado por su estudio, sino también la interpretación revolucionaria de Benjamin.

La determinación de diferenciar radicalmente el drama barroco de la tragedia clásica lo lleva a revalorizar la forma por excelencia de representación del primero, la alegoría, diferente del símbolo. Mientras este es “la imagen de la totalidad orgánica”, la “imagen en el campo de la intención alegórica es el fragmento, la runa”. El símbolo fue señalado por Goethe como lo particular que sustituye perfectamente lo universal, y por Friederich Creuzer, como lo “total, lo necesario”, la “idea corporeizada [...] el concepto mismo rebajado al mundo corpóreo, y en la imagen lo vemos inmediatamente” [4]. Esta corporeización de lo universal –idea o concepto– en la particularidad de una imagen presupone la “totalidad orgánica” entre ambos, que se había roto, entonces, con la Reforma y la Contrarreforma ya en el siglo XVII. Por eso la transposición del símbolo teológico con el símbolo artístico o plástico es considerada por Benjamin una “usurpación” hecha por el Romanticismo, de la cual participaron Goethe y Creuzer. [5] En lugar de la simbolización religiosa de lo suprasensible por la imagen sensible, los clásicos y románticos de los siglos XVIII y XIX optaron por la simbolización artística de la esencia ética del hombre, concebida de la manera más sublime. De ahí su menosprecio por la alegoría, considerada una forma inferior de representación

En las condiciones de ruptura del tejido ético, religioso y político, objeta Benjamin, esta exigencia solo puede revelarse falsa. Ya no hay organicidad que permita la simbolización. Por eso, el gran descubrimiento del barroco fue el recurso de la forma alegórica como representación posible en un tiempo de fragmentación. La alegoría también es una “forma de expresión” [*Ausdrucksform*] y no mera ilustración, como pretendían sus críticos; es una forma en que imagen y significado no poseen una relación unívoca, “total, necesaria”. Basado en la frase de Giehlow –“una misma cosa podía emblematizar tanto una virtud como un vicio y, así, finalmente, todo”–, Benjamin concluye que “cada persona, cada cosa, cada relación podía significar cualquier otra”. [6] Este carácter abierto de la representación alegórica, contrariamente a la del símbolo, revela la pérdida de la referencia única –religiosa, política, ética–, la fragmentación de la existencia social moderna.

Más aún, mientras la relación del símbolo con lo sagrado permitía justamente la sacralización de lo profano, la “transfiguración de la decadencia” y “revelaba la cara de la naturaleza trasfigurada a la luz de la salvación”, la alegoría “acuña en una cara... no, en una calavera”, el tiempo natural como el de la muerte: lo intempestivo [*Unzeitiges*], lo sufrido, lo malogrado. [7] Además de no “trasfigurar la decadencia”, sino mostrarla en su dura realidad, la alegoría relaciona la historia con la naturaleza: “era grande la reserva de imágenes que estaba a disposición de los autores para disolver convincentemente conflictos histórico-éticos en demostraciones de la historia natural” [8]. La “calavera” –la muerte– marcaba tanto el tiempo de la naturaleza como el de la

historia, haciendo la decadencia y la caducidad se mostraran como hechos históricos. Por otro lado, esta representación de lo orgánico en lo inorgánico, de lo vivo en lo muerto, también permitía que en el drama barroco irrumpiesen espectros y brujas, quebrando el orden normal y representando lo muerto como vivo. Si la historia era secularizada, la naturaleza también podía presentarse como proyección fantasmagórica.

“Porque su valor se expresa en otros elementos innumerables del mundo de las mercancías”. [9] Tal fungibilidad revela la separación entre valor de uso y valor y, así, está en la base del fetichismo, del poder mediador de las relaciones sociales con las que la mercancía pasa a revestirse. En el pasaje al presente, las analogías con el barroco pueden ser establecidas punto por punto. En el conjunto de anotaciones escrito entre 1938 y 1939 y titulado por Benjamin *Zentralpark*, leemos que “la mercancía ocupó el lugar de la forma alegórica de visión”. [10] Es importante en este contexto registrar el interés de Benjamin en recopilar pasajes de los escritos de Marx que se refieren a la mercancía, como se puede constatar en la publicación póstuma del *Trabajo de los Pasajes*. Allí la atención se concentra, en una primera fase, en el tema de la alienación (1935-1937), y luego pasa al del fetichismo en la última (1937-1940). En su fetiche, la mercancía cumple un papel análogo al de la alegoría. Como esta, “puede expresar tanto una virtud como un vicio y, así, finalmente, todo”: de hecho, en el cambio mercantil tal como está representada por Marx en la “forma desarrollada del valor” (z mercancía A = u mercancía B = v mercancía C = w mercancía D = x mercancía E), una mercancía es intercambiable por otra cualquiera.

Pero eso ocurre en la Modernidad, según Benjamin, también porque “la degradación del mundo de las cosas por la alegoría es superada por la mercancía en el propio mundo de las cosas”. [11] Es decir, mediante la publicidad y la moda, la mercancía dicta lo bello, y lo dicta como algo efímero, que siempre tiene que ser recreado —es el sentido de *lanouveauté*, de la novedad como estímulo para un consumo sin freno, relativamente independiente de la esfera de la producción—. La parte dedicada a “Grandville o las Exposiciones Universales” del *Exposé* de 1935, la referencia a Marx es clara: “Las sutilezas [de Grandville] en la presentación de objetos muertos corresponde a aquello que Marx llama ‘caprichos teológicos’ de la mercancía”; y después

La moda prescribe el ritual, por el cual el fetiche mercancía quiere ser venerado. Grandville extiende esa exigencia a los objetos de uso cotidiano tanto como al cosmos. Al llevarlos a sus extremos, pone al descubierto su naturaleza, que está en conflicto con lo orgánico. Acopla el cuerpo vivo al mundo inorgánico. En lo vivo, percibe los derechos del cadáver. El fetichismo, que subyace al *sex-appeal* de lo inorgánico, es su nervio vital” [12].*

Además de la fungibilidad general de las mercancías, que puede extenderse desde “los objetos de uso cotidiano hasta el cosmos”, el fetiche implica la inversión entre el orden de las cosas y el de las relaciones sociales. Benjamin toma en serio las metáforas teológicas de Marx, y enfatiza su carácter de “capricho”: el ritual es “prescripto” por la moda, donde lo moderno, como permanente necesidad de cambio, como búsqueda de una novedad a “venerar”. En cierta forma, reaparece ahí el símbolo teológico, pretendido por la crítica romántica no sin inocencia.

Pero la moda desnuda el fetichismo como relación del “cuerpo vivo con el mundo inorgánico”, lo muerto, visible “en los derechos del cadáver” sobre lo vivo. La analogía con lo alegórico se muestra aquí en la naturalización del elemento social e histórico y en el intercambio de lo vivo

por lo muerto. Más que la mercancía como mediadora de la sociabilidad, es la relación del trabajo asalariado con el capital la que puede aquí ser vislumbrada. Recordemos la famosa metáfora de Marx: "el capital es el trabajo muerto que solo se vivifica a la manera de un vampiro, que succiona el trabajo vivo, y vive tanto más cuanto más lo vampiriza". [13] En esta evidente alegoría del vampiro, la relación dialéctica de lo vivo y de lo muerto se expresa con gran fuerza. Es el "derecho del cadáver" el que se afirma ya en la esfera de la producción, y que desde allí puede afirmarse incluso en la de la circulación mercantil.

Y lo hace aquí con la mayor pretensión. Pues como dice Benjamin:

El último viaje del *flâneur*: la muerte. Su meta: la novedad. (das Neue – du Nouveau)*. La novedad es una cualidad independiente del valor de uso de la mercancía. Es el origen de la apariencia, inseparable de las imágenes producidas por el inconsciente colectivo. Es la quintaesencia de la falsa conciencia, cuyo agente incansable es la moda. Esta apariencia de la novedad se refleja, como un espejo en otro, en la apariencia del eterno retorno de lo mismo. [14]

La muerte del *flâneur* como único término posible de la búsqueda eterna de la novedad es esta búsqueda misma. Pero el texto revela también que la novedad es una "apariencia" productora de "falsa conciencia", porque se basa en "una cualidad independiente del valor de uso de la mercancía". Es decir, más allá de las cualidades que componen el valor de uso tradicional, se crea otra cualidad como la "apariencia", un valor de uso puramente social; es ella la que se agota por la fuerza de la misma convención que la creó como una necesidad aparte y más violenta, obligando a la adquisición y al consumo de aquella mercancía. Pues las demás utilidades permanecen, y por eso mismo no crean el "*sex-appeal* de lo inorgánico" como algo que moviliza al "inconsciente colectivo" de las masas, cada vez más reducidas a la posición de meros consumidores. El vampiro ahora succiona algo más que el trabajo.

Volviendo entonces a Marx, sabemos que la cualidad que se separa de las demás, que compone el valor de uso de las mercancías, es la de ser producto del trabajo humano socialmente necesario y abstracto. Y que esta abstracción permite la fungibilidad general de las mercancías y, en el límite, se expresa en dinero. De ahí que el fetiche del dinero sea mayor que el de la mercancía, pues concentra todo el poder social de abstracción real, toda la intermediación social realizada por el cambio de mercancías. En él, más que en las mercancías, lo sensible es lo suprasensible, que configura algo como un símbolo teológico y genera las metáforas religiosas de Marx. Si el mundo de las mercancías aparece de forma alegórica, el dinero se acerca más a la forma del símbolo. ¿Cuál es entonces, el modo de representación capitalista?

Benjamin afirma que las exposiciones mundiales "[...] transfiguran [*verklären*] el valor de cambio de las mercancías. Estas crean una moldura en la que su valor de uso retrocede (zurücktritt; en la versión francesa: pasa a segundo plano)". [15] La separación de valor de uso y valor ocurre por una "transfiguración" en cierto modo análoga a la del símbolo teológico, que "revelaba el rostro" decadente bajo una luz suprasensible, la de la salvación. Más que verse separado, con todo, el valor de uso "retrocede", "pasa a segundo plano" frente a aquella cualidad en que se basa la moda, y que se expone en las ferias mundiales; cualidad que "transfigura" hasta el valor de cambio. Esta cualidad es un correlato del dinero, no tanto como poder de abstracción como de creación de circuitos ficticios de valorización, tal como en la forma

desarrollada del dinero resultante del capital a intereses, tratada por Marx en el Libro III de *El capital*.

No por azar, nuevamente en su *Exposé* de 1935, Benjamin se refiere en los siguientes términos a un elemento más, fundamental de la Modernidad de "París, capital del siglo XIX", a saber: las reformas urbanas de Hausmann:

La eficacia de Haussmann se inserta en el imperialismo napoleónico. Este favorece el capital financiero. París experimenta un florecimiento de la especulación. El juego de la bolsa de valores desplaza las formas de juego de azar heredadas de la sociedad feudal. Las fantasmagorías del espacio, a la que se abandona el *flâneur*, corresponden a las fantasmagorías del tiempo, a la que se rinde el jugador. El juego transforma el tiempo en un narcótico.[16]

Es oportuno observar la forma en que el texto percibe el carácter de "juego" de la especulación financiera, y cómo este nuevo juego sustituye el antiguo. Más oportuno aún es observar que ese juego constituye el tiempo de una nueva forma de "narcótico". Es más que el tiempo abstracto del trabajo abstracto; además de ser vaciado, el tiempo es producido, se produce como una "fantasmagoría". A las "fantasmagorías del espacio" creadas por las reformas urbanas de Haussmann, que sustituían el valor de uso tradicional de calles y habitaciones por la cualidad ficticia de "pasajes", largas avenidas y bulevares, "corresponden las fantasmagorías del tiempo", que ahora también poseen una nueva cualidad: en la bolsa de valores se "juega" con valores futuros, de un futuro que tal vez no se realice; el presente ahora vive de esa especulación, solo tiene sentido por esta.

El dinero que financia esa especulación para ser valorizado ficticiamente financia las reformas de la ciudad, las exposiciones mundiales, la construcción y mantenimiento de los pasajes con sus vitrinas, la moda. Todo eso también para ser valorizado ficticiamente, es decir, por la creación de "fantasmagorías". El dinero puede hacerlo porque es lo "sensible suprasensible", es la forma privilegiada de existencia del capital, de acuerdo con Marx. Aparece como símbolo, pero ¿de qué "totalidad orgánica"?

Como "vampiro", el capital es "trabajo muerto que solo se vivifica extrayendo trabajo vivo".[17] Es decir, compra la fuerza de trabajo en una relación contractual, jurídica, formal; el trabajo, única fuente creadora de valor real, "sustancia del valor", en las palabras de Marx. Así el capital, que es valor, puede transformarse en "valor que se valoriza", que domina las condiciones de su valorización –real o "fantasmagórica"–. Pero la creación del valor nuevo que valoriza al antiguo se realiza sustancialmente solo por el trabajo. El capital se compone en su "sustancia" por trabajo. Es este el que forma la totalidad sustancial, produciendo todas las partes de las que se compone el capital –la constante y la variable–. Pero la fuerza de trabajo lo hace para el capital que la compró y, por eso, la engloba y la denomina "capital" variable. Él compone así la totalidad, él da empleo al trabajador, él organiza y divide el trabajo técnico y social, él patrocina las invenciones que elevan la productividad del trabajo. Este poder fetichista, esta totalidad que compone, sin embargo, está basada en la relación contractual con el trabajo, y tiene entonces carácter exclusivamente formal. Es una forma social, efectiva. Pero es mera forma contrapuesta a la sustancia, que tiene que ser siempre excluida para circunscribirse a seguir produciendo siempre para el capital.

Como en la crítica de Benjamin a la "usurpación" romántica, que ponía al símbolo artístico en la función antes ejercida legítimamente por el símbolo religioso, el capital-dinero ocupa el lugar del

trabajo, alegando ser la “sustancia” del valor. El símbolo religioso era legítimo porque había entonces una “totalidad orgánica” constituida por la unidad de la creencia. Esa totalidad fue quebrada en la Modernidad justamente por el surgimiento del capital, que excluye la “sustancia” de la sociabilidad y entonces solo puede conformar una totalidad “formal”. El dinero es el símbolo de esa falsa totalidad. Pero como su formalidad es efectiva, él preside las relaciones de producción y cambio, y parece haber una totalidad que el dinero debe simbolizar. El símbolo parece nuevamente legítimo y solamente la fuerza de nuevas alegorizaciones es capaz de desenmascararlo de manera crítica y revolucionaria.

Benjamin es incisivo:

el desarrollo de las fuerzas productivas hizo pedazos los símbolos del deseo del siglo precedente aún antes de que se desmoronasen los monumentos que los representaban. [...] Con las conmociones de la economía de mercado, comenzamos a reconocer como ruinas los monumentos de la burguesía, aún antes de que se desplomen.[18]

En un momento de profunda crisis económica como el actual, tales palabras suenan como la verdadera “salvación”.

“Benjamin e as representações da modernidade”. Trad. de Carolina Nismann.

[1] Benjamin, Walter, “Paris, die Hauptstadt des XX.Jahrhunderts”. En: –, *Das Passagen-Werk. Gesammelte Schriften V.2 vols.*, Frankfurt a/M, Suhrkamp, 1982, pp. 45-59; aquí, p. 50.

[2] Cita de Victor Manheimer en Benjamin, Walter, *Ursprung des deutschen Trauerspiels*, Frankfurt/M, Suhrkamp, 1993, p. 37.

[3] *Ibid.*, p. 37.

[4] *Ibid.*, citas de las pp. 140 y 143 respectivamente.

[5] *Ibid.*, p. 138.

[6] *Ibid.*, p. 152.

[7] *Ibid.*, p. 145.

[8] *Ibid.*, p. 71.

[9] Marx, Karl, *Das Kapital*. En: Marx, Karl/Engels, Friedrich, *Werke* (= MEW). Ed. del Institut für Marxismus-Leninismus (ZK/SED). 43 vols. Berlín: Dietz-Verlag, 1956ss., vol. 23, p. 77.

[10] Benjamin, Walter, “Zentralpark”. En: –, *Gesammelte Schriften* (= GS). Ed. por Rolf Tiedemann und Hermann Schweppenhäuser, con la colaboración de Theodor W. Adorno y Gershom Scholem. Frankfurt/M: Suhrkamp, 1972ss., vol. 1, p. 686.

[11] *Ibid.*, p. 660.

[12] Benjamin, Walter, “Paris, die Hauptstadt des XX.Jahrhunderts”, p. 51.

[13] Marx, Karl, *Das Kapital*, p. 247.

[14] Benjamin, Walter, “Paris, die Hauptstadt des XX.Jahrhunderts”, p. 55.

[15] *Ibid.*, pp. 50 y 65.

[16] *Ibid.*, pp. 56-57.

[17] Para el desarrollo de este razonamiento cf. Theunissen, Michael, "Krise der Macht. Thesen zur Theorie des dialektischen Widerspruchs". En: *Hegel Jahrbuch 1974* (1975), pp. 318-329. También mi libro *O Negativo do Capital*, San Pablo, Hucitec, 1998.

[18] Benjamin, Walter, "Paris, die Hauptstadt des XX.Jahrhunderts", p. 59.