

LA FANTASMAGORÍA, BAUDELAIRE Y LA MERCANCÍA ABSOLUTA

Aurora Fdez. Polanco

La modernidad como época del infierno

«Un éclair... puis la nuit!- Fugitive beauté». La mirada de Baudelaire o la de Constantin Guys. El objeto de la mirada podría ser la «pasante», «la dama alta y delgada de riguroso luto» o quedar fragmentado, indefinido; disolverse entre la multitud que la acogería como «un caleidoscopio dotado de conciencia». El que mira, por el hecho de mirar, perdido en esa «rue assourdissante», debería sentirse además, como muy bien ha señalado S. Buck-Morss¹, algo narcotizado y al mismo tiempo, o quizá por ello, su mirada tendría que ser como la de un niño o un convaleciente que lo viera todo «en estado de novedad».

Benjamin conoce y valora todos estos aspectos que hacen de Baudelaire el «fundador» de la *modernité* entendida como lo transitorio, lo

¹ «A principios del XIX un narcótico se obtenía de la realidad misma...» Buck-Morss: 1993, p. 76. El propio Benjamin lo reconoce en carta a Horkheimer (abril de 1938): «las masas son el medio más nuevo de embriagar a quienes se han visto reducidos a la soledad», Frisby: 1992, p. 366.

fugitivo y lo contingente, pero al hacer hincapié en la novedad como lo siempre igual y lo siempre distinto, se preocupa y construye desde Baudelaire el análisis de «otra» modernidad: la del rostro de un mundo en el que se expresen la totalidad de los rasgos que dibujen una representación del infierno: el infierno de lo siempre igual, como el paisaje de Las Landas, los paisajes de Las Landas siempre nuevos y siempre idénticos que el pintor Titorelli vende a K. en *El proceso* de Kafka (S 1,4)².

«*Les sept vieillards. Repetición y tipo. Ver las tiller-girls de Kracauer. Hachís*»³. Esta frase, con variaciones, aparece varias veces en *Das Passagen-Werk*, en el *Konvolut J* que Benjamin dedica a Baudelaire. También en el *exposé* del 39 recurre a ella —ya dentro de un discurso elaborado— para demostrar cómo Baudelaire extrae la experiencia de la uniformidad a partir del poema *Les sept vieillards*⁴; esa «procesión infernal» que se

² Cito por la traducción francesa de *Das Passagen-Werk*, París, Ed. du Cerf, 1989.

³ «Les Septs Vieillards» a propósito del eterno retorno de lo mismo. Las bailarinas del music-hall» (J 55,10).

Sobre las *Tiller Girls* S. Kracauer reflexiona en *Das Ornament der Masse* (1927). En este texto invita al análisis de las manifestaciones superficiales de la época pues «sólo ellas nos garantizan un acceso directo —inmediato— al conocimiento de lo existente (...). El contenido fundamental de una época y sus impulsos inadvertidos se iluminan recíprocamente». Cito por la traducción italiana. S. Kracauer (1927) 1982, p. 99. Kracauer estudió estas manifestaciones en el s. XX, estudió el cine y la publicidad, pero en el s. XIX las manifestaciones superficiales se expresarían en los lugares de exhibición de la mercancía y en la opereta. Como su amigo Benjamin se dará cuenta de la fantasmagoría existente en el viejo *Lindenpassage*: «cuando niños nosotros mismos nos encontrábamos como difuntos en el pasaje» (p. 157).

⁴ El título original de «Les sept vieillards»: «Fantômes parisiens» (J, 92,2). Sobre este poema v. (J 84,4) y en (J 84a1) el hecho de hallarse aislado en la obra de Baudelaire. Esta modernidad, la de los *septs vieillards* más que la de *Le peintre de la vie moderne* ¿no se empieza a dejar leer en algunos cuadros de Seurat, ahora, para nosotros, en este sentido, verdadero pintor de «otra» vida moderna? Porque Seurat la encontró posiblemente en las imágenes que nos hablan de la producción en masa, en los grandes cartelones anunciadores, de presencia reiterada y monótona. Se puede comparar la influencia de este orden serial en *Le Chaut* de Seurat, que se basa en el ritmo y la insistencia, frente al «caos moderno» de *El Baile* de Chèret. Ver: Catálogo de la Exposición *High & Low*, Nueva York, MOMA, 1990, pp. 241, 242, 300.

Precisamente Benjamin, en Apéndice 3 de los *Pasajes*, incluye entre los personajes que funcionarían como musas del surrealismo una de las más avasalladoras figuras publicitarias de los años veinte y treinta: *el Bébé Cadum*.

Aurora Fdez. Polanco es profesora titular de Historia del Arte en la Facultad de Bellas Artes de la Universidad Complutense de Madrid. Entre sus publicaciones: *Fin de siglo: Simbolismo y Art Nouveau* (1992). En la actualidad prepara una monografía sobre E. Degas.

manifiesta precisamente en el corazón de la *flânerie*, resulta una «fantasmagoría angustiosa»:

Siempre el mismo individuo, el mismo viejo aterroriza al paseante que los contempla. No sabe si por más que desarrolle sus más excéntricas singularidades logrará romper el círculo mágico del tipo (*Exposé* del 39).

Una experiencia de esta clase sólo puede darse en la gran ciudad y dentro de una sociedad cada vez más y más configurada por la repetición del tipo. En esa «fourmillante cité» en la que él pudo contar siete veces «de minute en minute/ Ce sinistre vieillard qui se multipliait». Ciertamente, como le reconoció Victor Hugo cuando leyó el poema, Baudelaire estaba «produciendo en el lector estremecimientos nunca experimentados antes», ahora posibles lejos de los bosques y las praderas cuyos peligros no se comparan con los «choques y conflictos cotidianos de la civilización» (p. 1260). Haber sido «codeado por la multitud» en el movimiento rápido y mecánico es, según Benjamin, una de las experiencias más importantes de Baudelaire.

Era otra clase de «procesión infernal» pero lo cierto es que en el *Salón* de 1846 ya conforma Baudelaire la imagen de su época como experiencia de un tiempo que comporta la serialidad: «un inmenso desfile de sepultureros, sepultureros políticos, sepultureros amorosos, sepultureros burgueses», todos ellos vestidos igual, con el traje/coraza del héroe moderno, «símbolo de un duelo perpetuo» (p. 950), testigo de una igualdad que, a su vez, prefigura el tiempo del positivismo y el progreso⁵. En este sentido Benjamin cita la frase de Horkheimer:

La persistencia de la imagen publicitaria en la ciudad debe asociarse a aquellas experiencias táctiles y ópticas nuevas de las que hablara Benjamin: «como las que trae consigo la página de anuncios de un periódico», experiencias que para él eran «de carácter análogo a las que padece el obrero asalariado en una línea de montaje en serie», (*Iluminaciones II*, p. 147), modificaciones de la sensibilidad directamente ligadas con el nuevo modo de producción. Sobre todo ello volveremos más adelante. Conviene consultar al respecto J. Crary (1990, pp. 19 y ss.).

⁵ «Baudelaire describe a su clase social dando una descripción de su vestimenta (...). El heroísmo de la vida moderna era una forma de ganarse al lector, un eufemismo (...) su concepción de la modernidad heroica era una monstruosa provocación» (J 52,1).

El traje de la burguesía: pantalones, americana, camisa y corbata se consolidó en Europa tras la revolución burguesa del 48. Traje deliberadamente civil. En un estado de derecho, dice Alberoni, no tenía un peso determinante el empleo de la fuerza de las armas, sino el crédito, la astucia, el cálculo, el racionalismo, rasgos típicos del capitalismo descritos por Weber. N. Squicciarino: 1990, p. 174.

«La proclamación de la igualdad como principio constitucional representa desde el principio un progreso para el pensamiento, pero también un peligro» (J 92,3).

Desfile y tipo, pues, transcurren de modo paralelo al caos de la masa variopinta y agitada de la ciudad. Baudelaire había puesto en pie la figura del flâneur cuando *construye* su Constantin Guys (*Le peintre de la vie moderne*), una de las figuras fundamentales para su teoría de lo moderno. Un flâneur que rescata de *El hombre de la multitud* de Poe cuya pasión y profesión es la de «épouser la foule» (p. 1160) en la que entra como en un «inmenso depósito de electricidad»⁶. Pero Benjamin se interesa más en los transeúntes del cuento de Poe que se comportaban «como si, adaptados a los autómatas, sólo pudiesen expresarse automáticamente»⁷. Su conducta es una reacción a los shocks. Benjamin comienza viendo en la descripción de la multitud tal como aparece en Poe, con sus movimientos bruscos y cortados, «una verdad superior» (J 60 a,6):

Los uniformes absurdos de *la foule* en Poe indican que estamos en la zona en la que este peligro se hace verdaderamente sentir; la alucinación de los siete viejos es del mismo tipo (*Exposé* del 39).

La lectura que más le interesa de Poe es la que le lleve a concluir que «estos movimientos son menos los de las gentes que se dedican a sus ocupaciones que los de las máquinas que ellos hacen funcionar». Poe parece que premonitoriamente ha conformado la actitud y las relaciones de la *foule* según el ritmo de sus máquinas. Todo ello refleja ese «infierno del tedio» que Michelet había observado en las fábricas de tejidos: «Toujours, toujours, toujours, c'est le mot invariable que tonne à notre oreille le roulement automatique dont tremblent les planches»⁸ (D, 4, 5).

⁶ Para Benjamin el hombre de la multitud no es ningún flâneur. En el *Exposé* del 39 se refiere al flâneur como el que contempla un espectáculo y no el que se ve envuelto en él. Ver además *Iluminaciones II*, p. 143.

⁷ Benjamin escribe en un momento de expansión de la mecanización. Sobre las influencias de todo ello en los surrealistas y de éstos en Benjamin, vid Foster: 1993, pp. 150 y ss.

⁸ «A menudo las llamadas de atención de Michelet (por ejemplo sobre la ensoñación y los ritmos de oficios) avanzan intuitivamente los análisis experimentales de los psicólogos modernos» (J 60a,6).

Todos estos aspectos forman parte de una de las grandes preocupaciones de Benjamin: la crisis de la experiencia ligada a la de la percepción en un mundo que tiene como eje de su progresiva tecnificación el trabajo en la máquina⁹. Como había advertido Marx, en la cinta sin fin los obreros aprenden a coordinar sus movimientos con los que siempre, de manera uniforme, realizan los autómatas:

«A la vivencia del shock que tiene el transeúnte en la multitud corresponde la vivencia del obrero en la maquina. Lo cual no permite suponer que Poe tuviese la menor idea del proceso industrial del trabajo. En cualquier caso Baudelaire estuvo muy lejos de esa idea¹⁰. Pero sí estaba obsesionado por un proceso en el que el mecanismo reflejo que la máquina desata en el obrero, puede estudiarse de cerca, como en un espejo, en el desocupado. El juego de azar representa dicho proceso. También en el juego los mismos gestos que los del obrero asalariado en la fábrica (...) manipulaciones sin conexión con la anterior porque es su repetición estricta. Es decir un trabajo vaciado de contenido.»

La máquina y la cinta sin fin expelen mercancías. Si la multitud produce ebriedad en el que la vive desde su interior, al convertirse en masa de compradores, está sometida a su vez a los efectos narcotizantes de la mercancía. La mercancía produce los mismos efectos entre la muchedumbre que revolotea a su alrededor que «el encanto que irradian los toxicómanos bajo la influencia de la droga». El concepto de

«En los primeros tiempos de las máquinas semi-automáticas, las encuestas mostraron que las obreras especializadas, al trabajar, se dejaban ir en un ensueño de orden sexual, recordaban la alcoba, la cama, la noche, todo lo que se refiere a la persona en la soledad de la pareja cerrada sobre sí misma. Pero era la máquina en ellas la que soñaba con caricias». Sartre: 1960, p. 290.

⁹ *Iluminaciones II*, p.147. La monotonía y la tiranía de una cinta transportadora de gran velocidad destruye el equilibrio mental. Precisamente la película de Chaplin *Tiempos modernos*, se estrena en Nueva York en febrero de 1936: «El individualista mecanizado enloquece y procede a convertir la fábrica en el manicomio que, en realidad, siempre ha sido», R. Barthes, 1957, p. 40.

¹⁰ Todavía Baudelaire se relaciona con un entorno de obreros/artesanos. No se puede hablar de un trabajo mecanizado en el que las reacciones obligadas por la automatización les lleven a la rutina y la uniformización.

En París predomina la pequeña sobre la gran industria: «París es una gran colmena en la que centenares de miles de hombres y mujeres fabrican en obradores pequeños todas las variedades posibles de artículos que requieren habilidad, gusto e inventiva...» P. Kropotkin: 1972, p. 107.

novedad que desarrolla Benjamin, al que más arriba hacíamos referencia, gira en última instancia en torno a la mercancía: el eterno retorno de lo mismo toma una forma concreta, se vuelve perceptible por primera vez a los sentidos con la producción en masa¹¹.

En mayo de 1935 Benjamin realiza el primer resumen (*exposé*) del proyecto de los Pasajes que no estaba destinado a la publicación¹². Al mismo tiempo que *Sobre algunos temas en Baudelaire* redacta, en francés, una segunda versión del *Exposé* del 35. En este *Exposé* de 1939 desarrolla con especial atención el problema que me viene interesando de la novedad y el eterno retorno de lo siempre igual. Para ello utiliza por primera vez el poema de Baudelaire de *Les sept vieillards* y la aportación de Blanqui.

Cuando Benjamin leyó en 1926 *Le Paysan de Paris*, de Aragon, no pudo conciliar el sueño en toda la noche. Allí, por primera vez, se le había revelado la vida secreta de la mercancía en un pasaje «que encerraba todo un mundo de sueños de otra época»¹³. El surrealismo tiñó sus primeros proyectos pero ahora se le abrían «perspectivas sociológicas nuevas y reveladoras». Los pasajes, los panoramas, las exposiciones universales, el interior, las calles de París; todos ellos fragmentos, miniaturas de la totalidad recogidos por el «coleccionista» Benjamin; teselas de un mosaico que habría que «montar» posteriormente en nuestro presente, una vez arrancado del marco falso del *continuum* histórico.

Todo ese «mundo de cosas» del s. XIX forma parte del universo fantasmagórico que la mercancía crea a su alrededor, desde el proceso de producción al de exposición e intercambio. La tarea del filósofo sería arrancar a la humanidad del estado de sueño en el que le sume la fantasmagoría de la sociedad de consumo de mercancías. Ya en el *Exposé*

¹¹ «Una mercancía que es la expresión alegórica del mundo moderno». A. Lucas: 1992, pp.130 y ss.

M. Marinas (1995) tiene interés en dejar claro que la alegoría funciona en Benjamin de manera distinta en los estudios sobre el Barroco y en los de la modernidad del s. XIX.

¹² El *Exposé* que aparece publicado en castellano dentro de *Iluminaciones II* como «París capital del siglo XIX» es de 1935 y no, como aparece erróneamente en la nota 123 del libro de Frisby, el que realiza en 1939 con variaciones. Los dos *exposés* están publicados en la versión de *Los pasajes* que vengo utilizando en francés.

¹³ No se adora a los dioses en las alturas, el templo de Salomón ha dado paso a otros lugares «acuarios humanos», lugares que se han vuelto un paisaje «*fantomatique*», pues únicamente ahora, cuando la piqueta les amenaza, se han convertido realmente en santuarios de un culto a lo efímero», L. Aragon: 1953 (1993), p. 21. Ver en p. 111 la apología del gusto por lo efímero y cómo R. Desnos intenta buscar el sentido de la palabra: *Ephemere* / F.M.R. / (*folie-mort-réverie*).

de 1935 tiene en cuenta que la superestructura cultural del s. XIX debería estar relacionada con el carácter fetiche de la mercancía al que aludía Marx: transformación de los productos del trabajo humano en «apariencias de cosas», en una «fantasmagoría» que a la vez es y no es evidente. Por entonces conocía, vía Lukàcs, la versión del fetichismo de la mercancía, el concepto de reificación que el filósofo desarrolla en *Historia y consciencia de clase*, pero todavía en mayo de 1935 el tomo I de *El Capital* no le era del todo familiar. Al parecer, fue en junio de 1939 cuando empieza a trabajar más profundamente con el texto de Marx.

Baudelaire en un París fantasmagórico

En el *Exposé* de 1939¹⁴ Benjamin revela cómo las formas de vida nueva y las nuevas creaciones se manifiestan «en la inmediatez de la presencia sensible» en tanto que fantasmagorías. París es entonces ciudad fantasmagórica, capital del lujo al que «Offenbach le da el ritmo», capital de la moda que prescribe el ritual en el que el fetiche-mercancía es adorado, capital de las exposiciones universales, de los Pasajes, capital transformada por Haussmann, capital de inmuebles en cuyo interior, casi hechizado, las gentes de negocios escapan al mundo real de despachos y oficinas.

Todo para él estaba bajo esa apariencia fantasmagórica, incluso la apariencia estética misma. Son fantasmagóricos los productos culturales que dudan un poco antes de devenir pura y simple mercancía. «La imagen que la sociedad produce de sí misma y que continúa designando como su cultura corresponde al concepto de fantasmagoría» (X 13, a). También las innovaciones técnicas, al dejar obsoleta la manifestación anterior hacen que ésta permanezca durante un tiempo bajo un cierto aspecto fantasmagórico (por ejemplo, la fotografía hace nacer la fantasmagoría de los panoramas)¹⁵.

¹⁴ B. Witte: 1990, pp. 49 y ss, considera que el *Exposé* de 1935, redactado en alemán y el de 1939, redactado en francés, son diferentes y no únicamente porque añade al de 1939 una «introducción» y una «conclusión» sino porque en este texto de 1939, «Paris, capital du XIXe siècle», percibimos la tectónica y, así pues, la construcción dialéctica de la obra proyectada».

Pero no se trata aquí de hacer un examen minucioso de los cambios en cada uno de los apartados, sino de señalar las nuevas aportaciones que expliquen ese concepto de novedad al que nos veníamos refiriendo, novedad como eterna repetición de lo mismo, concepto que desarrolla en este *Exposé* y no en el de 1935.

¹⁵ J. Lacoste: 1979, p. 259, desarrolla este término de fantasmagoría que considera esencial para la filosofía de la historia de Benjamin. Viene de Marx y del análisis del feti-

En las calles de ese París fantasmagórico, Baudelaire, un poeta melancólico de mirada alegórica que, tras contemplar la ciudad, trasluce una profunda alienación. Y un flâneur que a través del velo de la multitud, velo que le oculta la masa, percibe la ciudad como fantasmagoría. Un flâneur que aparentemente da la impresión de que explora el mercado y también la multitud, «en la que saciaba su sed de novedad», y además provoca en él una especie de borrachera. Bajo este estado, pretende reconocer y clasificar según su exterioridad al que pasa arrastrado por la multitud; reconocerlo «hasta en los más íntimos repliegues de su alma». La pesadilla se manifiesta en el corazón de la flânerie como «una fantasmagoría angustiosa» y ello porque el buen fisiognomista observa que todos los rasgos distintivos del sujeto no son sino aquellos que lo constituyen en un tipo (un *type nouveau*). Esto es lo que le ocurrió a Baudelaire quien desarrolla vigorosamente esta experiencia en «Les sept vieillards»:

«Se trata en esta poesía de la aparición reiterada siete veces de un viejo de aspecto repugnante. El individuo que así se presenta en su multiplicación como siendo siempre el mismo es testimonio de la ansiedad del ciudadano que no es ya capaz, a pesar de la utilización de sus singularidades más excéntricas, de romper el círculo mágico del tipo. Baudelaire califica la apariencia de esta procesión de «infernal». Pero *le nouveau* que ha estado acechando durante toda su vida no está hecho de otra materia que la de esta fantasmagoría del «siempre lo mismo» (*Exposé* de 1939).

«Au fond de l'Inconnu pour trouver du *nouveau!*» Con esta cita comienza el apartado III del citado *Exposé*. Ya había mencionado el verso de *Le Voyage* en el *Exposé* de 1935:

El último viaje del «flâneur»: la muerte. Su meta: lo nuevo: «Au fond de l'inconnu pour trouver du Nouveau!» Lo nuevo es una

chismo: «en el capitalismo la relación social entre los hombre toma la forma fantasmagórica de una relación entre cosas». En «Poésie et révolution» habla Benjamin de «una ilusión» (PR 137)/una «transfiguración» que le distrae de la realidad (PR 129)/un «velo» (PR 133) y una «borrachera».

—Adorno había intentado utilizar este término en su *Wagner* (trad. fr. 1966, pp.114-126). Para ambos la fantasmagoría mostraría «el carácter ilusorio de la cultura y de los bienes culturales en una sociedad dominada por la mercancía. La obra de arte como fantasmagoría y como *Blendwerk* busca hacer olvidar las condiciones de su producción y por tanto su naturaleza de mercancía».

Adorno le había recomendado a Benjamin la lectura «del *Wagner*»; en este sentido v. (X 13, a).

cualidad independiente del valor de uso de la mercancía. Es el origen de ese halo intransferible de las imágenes que produce el inconsciente colectivo. Es la quintaesencia de la consciencia falsa cuyo incansable agente es la moda. Este halo de lo nuevo se refleja, tal un espejo en otro, en el halo de lo-siempre-otra-vez-igual».

En el *Exposé* de 1939 ya no aparece, quizá tras la regañina de Adorno, la referencia al inconsciente colectivo y Benjamin desarrolla más extensamente la «llave de la forma alegórica en Baudelaire (que) es solidaria con el significado específico que adquiere la mercancía por el hecho del precio que tenga». Si la característica de la alegoría del s. XVII es la degradación de las cosas por su significado, ahora se trataría de la degradación de las cosas por su precio:

«Esta degradación que sufren las cosas por el hecho de ser tasadas como mercancías se contrapesa en Baudelaire por el valor inestimable de la novedad. La novedad (*la nouveauté*) representa ese absoluto que no es accesible a ninguna interpretación y a ninguna comparación. Se vuelve el último reducto del arte. La última poesía de las Flores: *Le Voyage*. «O Mort, vieux capitaine, il est temps! levons l'ancre!». El último viaje del flâneur: la muerte. Su meta: *Le nouveau*. *Le nouveau* es una cualidad independiente del valor de uso de la mercancía. Está en el origen de esta ilusión de la que la moda es la infatigable proveedora. Que el último reducto del arte coincida con lo que es «el motor de la moda», fundamento de la mercancía, debió pasarle desapercibido a Baudelaire» (*Exposé* de 1939).

¿Coincide? ¿Ciertamente ese *nouveau* que Baudelaire toda su vida había acechado, está hecho de la misma materia que la fantasmagoría del «siempre lo mismo»? ¿No podríamos cuestionar la identificación que está haciendo Benjamin entre *nouveau* y *nouveauté* y dejar la *nouveauté* cuyo campo semántico está directamente ligado al mundo de producción y consumo de mercancías a esta fantasmagoría del «siempre lo mismo»? Recordemos que Baudelaire era consciente de que había que ir al fondo de lo desconocido (La muerte) para encontrar *le nouveau*. ¿No es en este sentido *le nouveau* enemigo de *la nouveauté*?¹⁶.

¹⁶ El mismo Benjamin lo dice muy bien en otro lugar: «Nietzsche: Dios ha muerto, nada nuevo va nunca más a llegar (plano cosmológico), el hombre se enfrenta heroicamente al eterno retorno. En Baudelaire se trata más bien de lo nuevo *que hay que arrancar con un esfuerzo heroico al eterno retorno de lo mismo*». (J 60,7). (El subrayado es mío.)

En la conclusión del *Exposé*, tal como había anunciado en la introducción, propone su concepción de la historia como eterno retorno y de la civilización, *Kultur*, como fantasmagoría. Todo ello se articula en torno a Blanqui. El 6 de enero de 1938, en carta a Horkheimer, le menciona un hallazgo «cuya influencia sobre el *Baudelaire* será determinante». Se está refiriendo al texto de Blanqui *L'Eternité par les astres* que califica de «especulación cosmológica»: la más terrible de las acusaciones lanzadas contra una sociedad que arroja al cielo como proyección de ella misma esta imagen del cosmos. Blanqui, diez años antes que *Zarathoustra*, le ayuda a comprender «el eterno retorno de las cosas».

Cada ser humano, dice Blanqui, es eterno en cada uno de los segundos de su existencia. El número de nuestros socios también es infinito tanto en el espacio como en el tiempo. No hay progreso. Se trata de la eternidad «eternizada». Siempre el mismo decorado, el mismo drama y la misma monotonía. El universo se repite sin fin. La imagen del progreso que traza Blanqui se manifiesta como la fantasmagoría de la propia historia:

«El mundo dominado por sus fantasmagorías –dice Benjamin– es, para utilizar la expresión de Baudelaire, la *modernité*. La visión de Blanqui hace entrar en la modernidad, en la que *les sept vieillards* aparecen como los herederos, el universo entero. A fin de cuentas la *nouveauté* se le presenta como el atributo que es propio del destierro de la condena» (*Exposé* de 1939).

La mercancía absoluta

«Con la multiplicación de escaparates y en particular, de *magasins de nouveautés*, la fisionomía de la mercancía apareció con

Y en *Zentralpark* (Lacoste: 1979, p. 224) reconoce que no hay para los hombres, tal como son hoy, nada más que una novedad –*nouveauté*– radical: y es siempre la misma: la muerte».

Me adhiero a las protestas de Meschonnic: 1988, «la identificación de lo nuevo y lo moderno ya comienza siendo una mezcla extraña a Baudelaire. La modernidad está asociada a la novedad, es la *capacidad de capturarla que tiene el pintor de la vida moderna*. No está en las cosas, se crea en la actividad, en la tarea del artista de atrapar *el momento transitorio, fugitivo, cuyas metamorfosis son muy rápidas*. Además, lo nuevo en Baudelaire está ligado a lo desconocido (*hasta el fondo de lo desconocido para encontrar lo nuevo...*), también lo que todavía no es, lo insólito; esa es la forma que tiene para luchar contra la afrenta de lo siempre igual».

rasgos cada vez más nítidos. Por viva que haya sido su sensibilidad, Baudelaire no habría advertido de ninguna manera este fenómeno si éste no hubiera actuado como un imán sobre “le riche métal de notre volonté”, sobre el yacimiento de hierro de su ensoñación. El modelo de esto, la alegoría, se correspondía de hecho perfectamente con el fetichismo de la mercancía» (J 79,a,4).

Giorgio Agamben –quien precisamente descubre en 1981 entre los papeles de Bataille una parte importante de los manuscritos relativos, entre otros proyectos, a *Das Passagen-Werk*– publica un artículo en *Ulysses* (febrero de 1972) bajo el título «Il dandy e il feticcio». Cuando, años más tarde, este artículo aparece como parte del libro *Stanze. La parola e il fantasma nella cultura occidentale* lo hace con otro título: *Il mondo de Odradek*.

En el mundo de Odradek. ¿Es el mundo de Odradek, el de ese personaje de Kafka «extraordinariamente ágil» al que no se puede apresar, el que se esconde «alternativamente en la buhardilla, en la caja de la escalera, en los corredores, en el vestíbulo», el de domicilio desconocido? ¿El Odradek que se queda mucho tiempo callado, callado, «como la madera de que parece estar hecho»? ¿Es deudor el título de Agamben de las referencias a Odradek que aparecen en *Das Passagen-Werk* y que lo relacionan con la dialéctica de la mercancía?¹⁷. Así parece ya que en él aborda el problema de la obra de arte y la mercancía y reflexiona sobre el objeto y el fetiche de Freud a Marx, de Baudelaire a Brummell. En el caso concreto de Baudelaire lo relaciona con la mercancía absoluta.

Los organizadores de las primeras exposiciones universales, como ya había señalado Benjamin, planifican la entronización de la mercancía como fetiche en un ambiente fantasmagórico. Allí, el público, sometido

¹⁷ Dos referencias: (n.º 23): Odradek y la dialéctica de la mercancía. En Apéndice a «Paris capital del XIX», n.º 7: «Dialéctica de la mercancía. Tomaremos prestado de Odradek un paradigma para esta dialéctica».

Los pedazos de hilo de Odradek siguen arrastrándose enmarañados. La preocupación por el fantasma y el fetiche sigue vigente. Tres años después de la reedición de este libro en francés, J. Derrida publica una especulación sobre los espectros de Marx. La aparición de lo inaparente forma parte de ella. Y en el ensayo de Derrida, en 1995, se vuelve otra vez a revisar los conceptos de fantasmagoría y fetichismo. El propio Derrida nos reenvía al comienzo de este escrito: «Baudelaire dijo muy bien el número en la ciudad-hervidero del capitalismo moderno –el fantasma, la muchedumbre, el dinero, la prostitución– y también Benjamin después de él». Me vengo refiriendo al capítulo «Aparición de lo inaparente», en Derrida, 1995, pp. 143 y ss.

a la «epifanía de lo inalcanzable», debería gozar con una mirada convertida en «coup d'oeil féérique»; ver pero sólo con los ojos como hará el flâneur:

«Las exposiciones universales fueron la *haute école* en la que las masa excluidas del consumo aprendieron la identificación con el valor de cambio. Mirarlo todo, no tocar nada»¹⁸.

Agamben nos recomienda leer atentamente el texto que Baudelaire dedica a la Exposición universal de 1855¹⁹. Si así lo hacemos comprobaremos cómo «a su prodigiosa sensibilidad no le escapa la novedad ni la importancia del desafío que la mercancía lanza a la obra de arte».

Dos años antes de que visitara la Exposición universal, Baudelaire publica en *Le Monde Littéraire* el artículo «Morale du Joujou» (p. 523). En él nos relata una experiencia de su infancia en la que se vio también enfrentado a un mundo fantástico. Había ido con su madre a visitar a madame Panckoucke. La dueña de la casa le coge de la mano y le abre la puerta de una habitación llena de juguetes. El espectáculo que el niño pudo contemplar era extraordinario, auténticamente mágico. La «empresaria» Panckoucke había destinado un pequeño presupuesto a crear un tesoro para los niños. A partir de ese momento y durante toda su vida Baudelaire no podría ya detenerse delante de una juguetería sin acordarse de aquella mujer vestida de terciopelo y pieles que siempre se le aparecía como el hada del juguete. Gracias a ella sus ojos se habían acostumbrado a pasearse entre el inextricable desorden de formas «bizarres» y colores disparatados. Desde entonces reconocería en ellos una singular estatuaria que «por la radiante limpieza, el estallido cegador de los colores, la violencia en el gesto y la decisión del contorno» representaban perfectamente las ideas del niño sobre la belleza²⁰.

¹⁸ Agamben cita la guía de la Exposición de París de 1867: «(el público) quiere contemplar *un coup d'oeil féérique* y no productos similares y uniformemente agrupados», G. Agamben: 1995, p. 80.

En cuanto a la cita de Benjamin consultar también el comentario de S. Buck-Morss (1986), p. 367.

¹⁹ Benjamin dedica (J 38a 4,5,6,7,8) y (J 39, 1) a la Exposición de 1855 y los comentarios de Baudelaire.

«La fantasmagoría de «Rêve Parisien» recuerda la de las exposiciones universales en las que la burguesía grita: «Aguarda un instante, ¡eres tan hermoso! al orden de la propiedad y la producción». (J 71,7).

²⁰ Juguetes, artefactos o cosas no son ni más ni menos que pretextos para preguntarse por la creación artística. Sobre ello se extiende en *Le peintre de la vie moderne*:

El Baudelaire adulto está así suficientemente motivado para enfrentarse al espectáculo fantasmagórico de la Exposición universal. Ante las «hechizadas» mercancías se pregunta un tanto divertido y desafiante qué diría un Winckelmann moderno:

«¿Qué diría ante un producto chino, producto extraño, raro, contorneado a su manera, intenso por su color, y alguna vez delicado hasta el desvanecimiento? Sin embargo, es un indicio de la belleza universal, pero es necesario, para que éste sea comprendido, que el crítico, que el espectador opere en si mismo una transformación con respecto al misterio, y que, por un fenómeno de la voluntad, actuando sobre la imaginación, aprenda por si mismo a participar en el medio que ha dado nacimiento a esta floración insólita» (p. 954).

No cabe duda de que Baudelaire ya estaba preparado, ya había operado en él esa transformación con respecto al misterio, ya había aprendido a participar de lo insólito. De pronto toda su poética sobrevuela sus palabras y ciertamente es allí donde la extrañeza, la sorpresa y la confusión entre todo aquello que entra en el ojo despóticamente, colores, sabores y olores, evocan sus *Correspondances*.

Una vez supuesta la perspicacia de Baudelaire, las valoraciones que hace Agamben son las siguientes: que Baudelaire recoge el desafío y desplaza el debate sobre el terreno mismo de la mercancía, que aprueba el nuevo carácter concedido al objeto por su transformación en mercancía, que se muestra consciente del poder de atracción que este carácter debía fatalmente ejercer sobre la obra de arte pero que, simultáneamente, quiere sustraerla a la tiranía de la economía y a la ideología del progreso.

Pero Baudelaire nunca menciona la palabra mercancía. Puede, como dice Benjamin, que con la mercancía ocurra lo mismo que con

«Las pasiones posan para el Sr. G, está al acecho de toda belleza extraña! ¡Pocos hombres están dotados de la facultad de ver y las cosas renacen en el papel dotadas de una vida entusiasta como el alma del autor. La memoria se había colmado de materiales: se clasifican y ordenan (la fantasmagoría ha sido extraída de la naturaleza), los materiales se someten a una idealización forzada que es el resultado de una *percepción* infantil, es decir, de una percepción aguda, ¡mágica a fuerza de ingenuidad! (p. 1162).

También en el Salón de 1859 (p. 1029) Baudelaire critica al pintor «cocinero» y falto de imaginación y elogia la imaginación que es la que «descompone toda la creación y con los materiales acumulados y dispuestos siguiendo reglas de las que uno no puede encontrar el origen sino es en el fondo del alma, crea un mundo nuevo, *produce la sensación du neuf*» (el subrayado es mío). Benjamin lo recoge en (J 34 a1).

esa «secreta presencia de las masas» que podemos rastrear en *Les tableaux parisiens* y que cuando se refiere en su pequeño poema en prosa «*La Multitud*» a «la ebriedad religiosa de las grandes ciudades» (p. 244), su sujeto, que no nombra, bien pudiera ser la mercancía²¹.

En principio hace bien Agamben en presuponer que la sensibilidad de Baudelaire no podía pasar por alto ese desafío surgido del espectáculo de la Exposición, espectáculo que situaba la obra de arte y la mercancía en un mismo espacio al exponerlas a la mirada rodeadas de la misma fastuosidad hechicera. También había hecho bien en imaginar que Marx, cuando escribe el primer capítulo de *El capital* en torno al fetichismo de la mercancía, tuvo que sentirse impresionado por la puesta en escena, por el montaje «mágico» de Owens en la Exposición de Londres de 1851. Pero eleva sus presupuestos a rango de axioma del que se desprenden todos estos conceptos que «hace decir» a Baudelaire y que él nunca llegó a explicitar. Aparte de leer el texto atentamente, como aconseja Agamben, el lector interesado podría rastrear él mismo de qué forma Baudelaire se identificó con la mercancía, mantuvo con ella una empatía. Siempre se hace tentador utilizar el «fichero» de Benjamin. La construcción de los hechos que ahora se presentan a consideración ha cedido a esta tentación. El montaje está realizado con piezas de un saqueo.

Shock, pérdida de la aureola e inutilidad de la poesía

La ciudad nueva de Haussmann comienza a ser un festín visual. Además de los bulevares, cafés y tiendas en las aceras; luces, vitrinas y

²¹ Es posible que en la Exposición de 1855, cuando cita la palabra Denree (género, artículo, mercancía, producto), se esté refiriendo sólo a los productos coloniales, de ultramarinos, «tanto mejor si con ese progreso esos productos son «hoy de mejor calidad y mejor precio que ayer» (p. 959).

Benjamin observa que del mismo modo que no habla del opio ni el hachís tampoco lo hace de los pasajes «cuando éstos eran tan numerosos en su época» (M 2,a 1).

«La masa era el velo agitado a través del cual veía Baudelaire París (...). La fantasmagoría en la que el que espera pasa su tiempo, la Venecia fabricada en los pasajes, y que el imperio simula como un sueño para los parisinos, va navegando en un panel de mosaicos. Por eso los pasajes no aparecen en Baudelaire» (*Iluminaciones II*, p. 139).

«Parece que Baudelaire no ha pensado nunca en el lugar de paseo clásico de la flâneurie —el pasaje—. Pero se puede percibir el paradigma del pasaje en el esquema lírico del *Crépuscule du matin* que cierra los *Tableaux* (...) el lector avanza en este poema como en una galería bordeada de vitrinas en cada una de ellas está expuesta la imagen muy nítida de una miseria desnuda... (J 88a).

espejos que hacen entrar en el interior las perspectivas de las calles. Por eso el malestar de Baudelaire en Bruselas:

«Nada de escaparates en las tiendas. La «flânerie» tan querida a los pueblos dotados de imaginación es imposible en Bruselas. Nada que ver» (p. 1321)²².

A la vivencia y la percepción inestable de ese París que cambia, hay que añadir en Baudelaire la experiencia de sus «aventuradas camas», continuos cambios de domicilio a los que se ve obligado para huir de los acreedores. Baudelaire sabe que el ocio sin fortuna, aumenta las deudas, pero hace también lo propio con «la sensibilidad, la meditación y la facultad del dandysmo y el diletantismo»²³.

Baudelaire se da cuenta del papel que tiene que jugar el poeta lírico en una sociedad utilitarista cuyo nuevo dios es el progreso:

«Ese oscuro fanal (...). Nada más absurdo que el progreso (...) el hombre de la calle estaba tan absolutamente americanizado por los filósofos zoocráticos e industriales...²⁴. ¿Dónde está la garantía de progreso para el día de mañana? A los discípulos del vapor y de las cerillas químicas el progreso no se les aparece sino bajo la forma de una serie indefinida» (p. 958)²⁵.

Si, como pensaba Barbey d'Aurevilly, en *Las flores del mal* hay una «arquitectura secreta», Baudelaire sabe que esta arquitectura tiene otras

²² Desde pequeño se había sentido atraído por los escaparates. Así se demuestra en la carta que le escribe a su *hermanastro* desde Lyon: «Hecho de menos los bulevares y los caramelos de Berthellemot, y "l'universel magasin de Giroux", y los ricos bazares en los que siempre se encuentra algo para regalar» (1-1-34). Ver cita 2 del texto de Claude Pichois y Jean-Paul Avicé, 1994, p. 32.

Comparación entre los ojos y los escaparates iluminados: «Tes yeux illuminés ainsi que des boutiques...», en *Tu mettrais l'univers...* (J 70a,19).

²³ Carta a su madre del 20 de diciembre de 1855.

²⁴ Un pintor para el sol, uno para la nieve, uno para los claros de luna, uno para los muebles (...) subdivisión de especialistas hasta el infinito. La colaboración necesaria como en la industria (p. 1427). Recogido en (S 6a,4)

²⁵ Vid: Exposición de 1855 y Fusées (21 y 22).

Benjamin en la conferencia de Pontigny de mayo del 39 daba la razón a las profecías de Baudelaire (Lacoste: 1979, p. 15). Este pasaje lo cita en (J 47a,2). En (J 47a,3) lo vuelve a considerar como fragmento que contiene «estrechamente ligado a la ensoñación apocalíptica, una crítica terriblemente acerbadada a la sociedad del Segundo Imperio».

Sobre Fusées (22), v. J. Derrida: 1995b, p. 130.

bases. Así lo reconoce en *Consejos a los jóvenes literatos*: «Por bella que sea una casa es ante todo –antes de que se haya demostrado su belleza– tantos metros de alto y tantos de ancho» (p. 478). Exactamente lo mismo le ocurre a la literatura, «arquitectura literaria» a fin de cuentas –sigue diciendo– la materia más inapreciable, no otra cosa más que un «remplissage de colonnes» que acabará vendiéndose a cualquier precio.

La poesía lírica se ve obligada a competir con las demás mercancías. Como una más y en desventaja, pues la época consume folletos, por otra parte muy bien remunerados. No hay un público de masas para la poesía lírica. El literato pasa las horas muertas en el bulevar exhibiéndose a los demás como una parte de su tiempo de trabajo. Benjamin llega a comentar que se llegaba a comportar tal y como si hubiese aprendido de Marx que el valor de toda mercancía está determinado por el tiempo de trabajo que socialmente es necesario para su producción.

¿Qué es el arte entonces y en tales circunstancias? Baudelaire lo sabe muy bien: «Prostitucion» (p. 1247). En esta sociedad el escritor, el literato que se vende en el mercado y en el bulevar es como la prostituta²⁶. Un artículo de masas entonces: Baudelaire se da cuenta de la importancia del «artículo de masas». Por ello la necesidad de la originalidad, la necesidad de «crear un *poncif*», de «dar una marca de fábrica a su obra», de adoptar las mismas estrategias que se utilizan en la competencia comercial. Por ello su obsesión por difamar a Musset o a Beranger, o por imitar a Victor Hugo.

Una vez trazado este recorrido por el que nos ha guiado Benjamin, comprobamos que Baudelaire tiene familiaridad con el mercado, es consciente de la nueva situación del literato, conoce la naturaleza de la mercancía, y también los procedimientos de promoción y venta. Pero además, Baudelaire, como alegórico, se identifica con el único significado que tenía la mercancía en tanto tal: su precio. Para tal mercancía tal precio o tal otro. Cuando ha adquirido uno, en cualquier momento se le puede atribuir otro. Tal es el procedimiento

²⁶ *La Muse vénale*: «“para ganar tu pan de cada día debes...”» muestra hasta qué punto Baudelaire veía a veces una prostitución en la publicación de obras poéticas» (J,56a3).

– «El modelo (*Leitbild*) fisiognómico de Baudelaire le lleva a exagerar el gesto del poeta a expensas de los signos profesionales del escritor. Se porta de la misma manera que la prostituta, que exagera su fisonomía de objeto sexual o de amante para disimular sus prácticas profesionales» (J 48a, 2).

del alegórico y por ello dice Benjamin que éste «está en su elemento con la mercancía».

En Baudelaire aparece el nuevo estatuto que adquiere el poeta, ahora por primera vez sin aura, desacralizado. Por ello la «*perte d'aureole*» (p. 299) concierne en primer lugar al poeta que se ve obligado a exponerse personalmente en el mercado. La importancia de este texto es la de señalar de una manera evidente lo que veníamos presuponiendo: cómo la experiencia vivida (*erlebnis*) del shock es una amenaza para el aura. Es más, cómo la experiencia de lo moderno tiene un precio: «la trituración del aura en la vivencia del shock».

Sin embargo, el artista acepta heroica y voluntariamente los shocks que en él provoca la civilización. Sabe que ahora «las ensoñaciones de un paseante solitario» no tendrían sentido entre veredas y arboledas, ámbito y contexto de una experiencia integral, que ahora sus pasos nerviosos, «sacadées», sus pequeños saltitos entre el asfalto procurando no mancharse, darían sentido a una imagen de sí mismo reflejada en el brillo de sus botines, un yo mismo lanzado a las múltiples vivencias que le tenía preparada la metrópolis, *vilain monde* en el que se siente perdido y *coudoyé par les foules*. Vereda y sendero ahora en el *Macadam*, lugar por el que la aureola del poeta rodaría para siempre.

Registrar la caída de la experiencia era la misión de la poesía de Baudelaire: él situó la experiencia del shock en el centro mismo de su trabajo artístico, trabajo que debía adaptarse «a los sobresaltos de la conciencia», aquellos que provoca «el hecho de frecuentar enormes ciudades, y lo situó hasta tal punto que nos muestra el momento de la creación como un duelo en el que el artista, antes de ser vencido, grita de terror. Las dosis de sumisión a los hechos consumados y la ironía de Baudelaire forman parte de esa lucidez: la esencia misma de la poesía lírica es vapuleada por los vientos del progreso y la utilidad. Al literato Baudelaire, dirá Benjamin, también le concierne la escoria, como a aquél que recoge los desechos de una sociedad de progreso y de consumo: el trapero. Los despojos están constituidos por «*erlebnis*» y son prueba palpable de la destrucción de la *Erfahrung*, perdida en una sociedad que el capitalismo ha constituido basándose en la discontinuidad radical. Baudelaire dudó, no sabía si recoger la aureola. La lucidez estriba en haberla dejado correr, en dejar ahora que sean los poetas de quinto orden los que la exhiban, en seguir en cualquier caso escribiendo poesía. El héroe moderno es ahora el poeta capaz así de intentar levantar su obra. Como dice Lacoste, Benjamin sabe que únicamente es en esta poesía de la mercancía y del hombre reificado donde hay una

pequeña posibilidad de ver brillar la aureola perdida²⁷, por ello la necesidad del carácter destructor y purificador de su obra:

«Este arte es útil en la medida en que es destructor. Su tarea destructora refrenda muy particularmente el concepto fetichista de arte. Está pues al servicio de un arte “puro”, es decir “purificado”» (J 49,1).

Ateniéndose únicamente a este sentido ya hemos visto cómo Baudelaire es consciente de la inevitable identificación entre obra de arte y mercancía. Pero ¿intuía él algo de las «argucias teológicas y de los misterios a los que alude posteriormente Marx? ¿Supo entender que aunque «a primera vista parecen (las mercancías) objetos evidentes y triviales», comprobamos, si las analizamos, que son objetos muy intrincados, llenos de «sutilezas metafísicas y de resabios teológicos»? ¿Captó la fantasmagoría que produce a su alrededor la mercancía expuesta como fetiche poderoso que nos muestra una cara, obvia, explícita y que esconde al mismo tiempo otra misteriosa e inaprehensible? ¿Supo escuchar lo que dirían las mercancías en el caso de que pudieran hablar? ¿Encontró, como la levita de Marx, un alma palpitante en las mercancías, hermana de valor de su propia producción poética?

Para Agamben la respuesta sería afirmativa: la obra de arte no es un objeto de culto, tampoco un objeto cualquiera con un determinado valor de uso; la obra de arte es ahora una mercancía. Como en ella, aparecen escindidos el valor de uso y el de cambio; de ello toma conciencia Baudelaire. Pero va más allá y la eleva a categoría de mercancía absoluta, radical²⁸. En ella, ahora, el valor de uso y el de cam-

²⁷ Ver la dedicatoria de *Pequeños poemas en prosa* a Arsène Houssaye, en la que se refiere al ideal «de una prosa poética (que) nace sobre todo cuando un frecuente las ciudades monstruosas y se sitúa en la encrucijada de sus múltiples contradicciones» (p. 229).

No es este momento para desarrollarlo, pero se debe tener en cuenta el argumento de Jauss en contra de la visión de Benjamin respecto a la poesía de Baudelaire como la del hombre alienado y reificado. Jauss: 1995, pp. 105 y ss., considera que Baudelaire encuentra precisamente en la experiencia de la metrópoli los fundamentos para su poética anti-naturalista.

²⁸ Extraña que Agamben no haga referencia a Adorno, quien en su Teoría estética considera que en Baudelaire «la obra de arte absoluta se encuentra con la mercancía absoluta» (p. 37). En p. 307 dice claramente que «las obras de arte son realmente mercancías absolutas» (aunque) «la misma mercancía absoluta sigue siendo vendible» y se ha convertido en el «monopolio cultural».

bio se identifican, así la intangibilidad del último y la inutilidad del primero –recordemos que el valor de uso de la obra de arte/mercancía consistía para Baudelaire en la inutilidad–. Al identificarse se anulan mutuamente.

Agamben considera que «la transformación de la obra de arte en mercancía absoluta es también la abolición más radical de la mercancía»:

«Baudelaire comprendió que si el arte quería sobrevivir en la civilización industrial el artista debía tratar de reproducir en su obra la destrucción del valor de uso y de la inteligibilidad tradicional que estaba en el origen de la experiencia del shock»²⁹.

Si Baudelaire describe, como dice Benjamin, «ojos que han perdido el poder de mirar» es porque tanto el sujeto que mira como el objeto mirado han perdido su aura. La obra de arte ha perdido su aura tradicional, su autoridad, su legibilidad profunda y auténtica, su seguridad. Y el que mira, el poeta, también ha perdido su aura al someterse a esa experiencia del shock, cuando no está seguro de que aquello que mira sea «la verdadera realidad», cuando la experiencia se vacía al chocar repetidamente con el carácter impenetrable de lo real, cuando sabe que toda aquella fantasmagoría no presenta sino un falso semblante, que recorre lo siempre nuevo que es al mismo tiempo un siempre lo mismo.

El hecho de que Baudelaire sitúe la experiencia del shock en el centro de su trabajo artístico puede entenderse también como una toma de conciencia de que el hombre se hace cosa, mantiene una empatía con las cosas. Si el poeta ha sido vapuleado y ha perdido su aura en la experiencia del shock, al objeto le ha ocurrido algo parecido, también ha sufrido un shock; ha perdido su seguridad tradicional, su legibilidad tradicional, para «revestirse de la cara enigmática de la mercancía». La respuesta a los estímulos es el shock, la conmoción, o si se quiere el potencial de extrañeza, la capacidad de extrañeza, el asombro también. Al situar todo ello en el centro de su trabajo artístico, el poeta Baudelaire es el nuevo héroe moderno que decide seguir adelante *en su actividad*, elevar ésta a la categoría de principio poético; ésta, que es el pro-

²⁹ Lacoste, 1979: p. 279, traduce *Erlebnis* por experiencia (vécue) vivida. Una buena traducción sería traumatismo (traumatisme). Diferencia entre *Erfahrung* en sentido estricto, experiencia inmemorial ligada a la tradición y al relato y experiencia vivida, vivencia, *Erlebnis*, en particular la experiencia vivida del shock (*Chokerlebnis*).

ceso, lo único seguro, cuando al sujeto y al objeto se les ha dejado sin el aura tradicional. De ahí que se hable de la experiencia creadora como un duelo a muerte, que se hable de la creación como operación o proceso mediante el cual se realiza la «apropiación de lo irreal».

Esa «esgrima fantástica» que tiene lugar en el acto de la creación nos demuestra que Baudelaire sabía que tendría que hacer de la obra el vehículo mismo de lo inaprehensible: «aquel que no sabe apresar lo intangible», escribe Baudelaire en su ensayo sobre Poe, «no es un poeta». Así comprende Agamben que valorara la fugacidad de lo bello «como epifanía instantánea e impenetrable» y que luchara siempre contra «toda interpretación utilitaria de la obra de arte».

¿No suponen casi todas las figuras de lo moderno que Benjamin estudia partiendo de Baudelaire, una valoración «positiva» de individuos improductivos?

Tomemos en primer lugar la figura del flâneur. ¿Se trataba de preguntarse por su carácter ocioso precisamente en una época en la que domina la moral burguesa del trabajo? En época de Baudelaire, en París existía todavía el flâneur que seguía el mismo ritmo que las tortugas que sacaban a pasear por los pasajes. Dice Benjamin que, si fuera por el flâneur, el progreso tendría este mismo ritmo, pero que no era él quien tendría la última palabra sino Taylor. Taylor fue realmente quien había declarado la guerra a la flânerie:

«El flâneur no participa de este comportamiento que antes veíamos atribuí a las actitudes de la *foule* según el ritmo de las máquinas. Lo obstaculiza más bien; lo interrumpe. Su indolencia no es sino una protesta inconsciente contra el tiempo del proceso de producción» (J 60,a 6).

También la *femme lesbienne*, por improductiva, representaría la protesta de lo moderno contra la técnica. Y el dandy: el parásito de los parásitos, el Hércules sin empleo³⁰. El dandy, aquel de quien mucho

³⁰ En este sentido no me refiero a la interpretación que apunta F. de Azua: 1991, p. 160, en la izquierda, de Benjamin a Agamben, quienes ven en el dandy «la pura conversión del sujeto en mercancía». Las reflexiones que aquí traigo, tanto de Benjamin como de Agamben, pueden perfectamente ser compatibles con Azua cuando dice: «El dandy se distingue de la masa mecanizada exhibiendo señales que le desmarcan del mundo del trabajo (aunque se pase la mitad del día en un garaje): el tatuaje y la cicatriz viviente se pasea, como una perpetua advertencia moral entre los transeúntes apresurados...».

tendría que aprender el poeta para poder *manier l'intangible*. En cierto sentido la actividad del artista no le parece lo bastante gratuita. «Hay en el pintor, en el escritor una pasión de ver y de escribir que sigue considerando plebeya», apunta Sartre. Por ello a pesar de que de buen grado diría que Guys es un dandy, no es del todo cierto:

«El dandy aspira a la insensibilidad y por eso el señor Guys, que está dominado por una pasión insaciable, la de ver y sentir, se separa violentamente del dandysmo» (p. 1160).

Para Sartre el que lea entre líneas tendrá claro que el dandysmo representa un ideal más elevado que la poesía. Un acto estrictamente gratuito³¹.

Baudelaire aparece en medio de ese siglo trabajador y esforzado. Muestra su pereza y su inutilidad «ennuyée» y, sin embargo, otra contradicción más en él, este ocioso que reclama para sí era al mismo tiempo un enemigo del poeta receptor de musas, un trabajador nato. Más bien un luchador cuya jornada estaba marcada por dos crepúsculos. Dolorosamente marcada por un tiempo de autocontrol y ejercitamiento, de disciplina. Aun así siempre se consideró un «fuera de juego».

El *out-sider* que transcurre al margen del espacio/cauce de los productivos, lo es sobre todo del tiempo. Por ello es necesario preguntarse en este sentido por el tiempo gratuito del arte, de la poesía. Necesidad por tanto y para ella de un tiempo fuera del tiempo y lleno de tiempo. Tiempo de fiesta, no productivo. Si Benjamin consideraba que Baudelaire sería capaz de rasgar el velo «fantasmagórico» que nos envuelve en esta sociedad de falso progreso, es posible que si al menos el arte volviera a encontrar su tiempo propio se vislumbraría la auténtica experiencia perdida para Benjamin. Mientras tanto sigue siendo una lejanía, por cercana que, a veces, nos pueda parecer. «Le printemps adorable a perdu son odeur».

Para Debord: 1967-1971, p. 14, sin embargo, «la inactividad no está en absoluto liberada de la actividad productora: depende de ella, es sumisión inquieta y admiradora a las necesidades y a los resultados de la producción; es ella misma un producto de su racionalidad. Se deberá tener en cuenta en los análisis que hace Debord de la sociedad del espectáculo el hecho de que dedique el capítulo II a «La mercancía como espectáculo».

³¹ J. P. Sartre: 1947, 1994, p. 95.

Referencias bibliográficas

- Adorno, T. W. (1970): *Sobre Walter Benjamin*, Madrid, Cátedra, 1995.
(1966): *Essai sur Wagner*, París, Gallimard.
(1970): *Teoría estética*, Madrid, Taurus, 1980.
- Agamben, G. (1977): *Estancias*, Pre-textos, Valencia, 1995.
- Aragón, L. (1953): *Le paysan de Paris*, París, Galimard, 1993.
- Azua, F. de (1991): *Baudelaire y el artista de la vida moderna*, Pamplona, Pamiela, 1991.
- Barthes, R. (1957): *Mythologies*, París, Ed. du Seuil, 1957.
- Baudelaire, CH. (1961): *Oeuvres Complètes* (ed. C. Pichois), París, Gallimard.
- Baudelaire, CH. (1995): *El pintor de la vida moderna* (ed. Antonio Pizza y D. Arago), Murcia, Col. Aparejadores y Arquitectos técnicos, 1995.
- Benjamin, W. (1972): *Iluminaciones II*, Madrid, Taurus.
- Benjamin, W. (1982): Edición francesa de *Das Passagen-Werk*, París, Ed. du Cerf, 1989.
- Buck-Morss, S. (1993): «Estética y Anestésica. Una revisión del ensayo de Walter Benjamin sobre la obra de arte» en *La Balsa de la Medusa*, n.º 25.
- Buck-Morss, S. (1986): «Le flâneur, l'Homme sandwich et la Prostituée: Politique de la Flânerie» en *Walter Benjamin et Paris* (ed. H. Wissmann), París, Ed. du Cerf.
- Crary, J. (1990): *Techniques of de Observer. On Vision and Modernity in the Nineteenth Century*, Cambridge, Mass, Mit Press.
- Debord, G. (1967): *La Société du spectacle*, París, Ed. Champ Libre, 1971.
- Derrida, J. (1995): *Espectros de Marx*, Valladolid, Trotta.
- Derrida, J. (1995b): *Dar (el) tiempo I. La moneda falsa*, Barcelona, Paidós, 1995.
- Fosterh (1993): *Compulsive Beauty*, Cambridge, Mass, Mit Press.
- Kracauer, S. (1927, 1977): *La massa come ornamento*, Nápoles, Ed. Prismi, 1982.
- Lacoste, J. (ed.) (1979): *Charles Baudelaire. Un poète lyrique à l'apogée du capitalisme*, París, Payot.
- Lucas, A. (1992): *El trasfondo barroco de lo moderno*, Madrid, Cuadernos de la Uned, 1992.
- Kropotkin, P.: *Campos, fábricas y talleres*, Madrid, E. Zero, 1972.
- Marinas, J. M. (1995): «Paisaje primitivo del consumo» en *La Balsa de la Medusa*, n.º 34.
- Meschonnic, J. (1988): *Modernité Modernité*, Lagrasse, Verdier.
- Pichois, C., y J.-P. Avice (1994): *Catálogo Baudelaire/Paris*, Ed. Paris-Musées/Quai Voltaire.
- Sartre, J. P. (1960): *Critique de la raison dialectique*, T. I, París, Gallimard.
(1947): *Baudelaire*, Madrid, Alianza, 1994.
- Squicciarino, N. (1990): *El vestido habla*. Madrid, Cátedra.
- Witte, B. (1986): *Paris-Berlin-Paris* en *Walter Benjamin et Paris* (Ed. H. Wissmann), París, Ed. du Cerf, 1986.