

A MODA ¹

Georg Simmel

(Berlim, 1 de Março de 1858 — Estrasburgo, 28 de Setembro de 1918)

O texto "A moda" ("Die Mode"), de Georg Simmel (Berlim, 1858 - Strasbourg, 1918), foi publicado, pela primeira vez, em *Philosophische Kultur (Cultura Filosófica)*. Leipzig, Kröner, 1911.

A maneira que nos é dada de conceber os fenômenos da vida nos deixa sentir em cada ponto da existência uma pluralidade de forças; de modo que cada uma dessas forças se esforça, na verdade, para ultrapassar os fenômenos verdadeiros, quebrando contra a outra sua infinitude e se transformando em mera energia potencial e nostalgia. Em toda ação, mesmo na mais completa e fecunda, sentimos algo que ainda não conseguiu totalmente se expressar. Na medida em que isso acontece através da limitação recíproca dos elementos que se entrecrocaram, é em seu dualismo que, justamente, se manifesta a unidade total da vida. E a vida só ganha essa riqueza de possibilidades infinitas que completa sua realidade fragmentária quando cada energia interna se arroja para fora da medida de sua expressão visível, só assim seus fenômenos permitem presumir forças mais profundas, tensões mais insolúveis, guerra e paz de proporções maiores do que seus dados imediatos denunciam.

Esse dualismo não pode ser descrito em termos diretos, mas apenas nas oposições singulares que são típicas de nossa existência e que são apreendidas como sua forma última e conformadora. A primeira indicação é dada pela base fisiológica de nosso ser: ela requer tanto o movimento, quanto o repouso, tanto a produtividade, quanto a receptividade. Transportando isso

para a vida do espírito, somos inclinados, por um lado, à aspiração ao geral, assim como à necessidade de apreender o singular; aquele garante a nosso espírito de tranqüilidade, enquanto a particularização o faz se mover de caso para caso. E não é diferente na vida afetiva; procuramos tanto o devotamento às pessoas e às coisas, como a auto-afirmação enérgica diante de ambos. Toda a história da sociedade transcorre na disputa, no compromisso, nas conciliações lentamente conquistadas e rapidamente perdidas, entre a tendência de se fundir ao nosso grupo social e a tendência a se dissociar individualmente dele. Quer a oscilação de nossa alma entre esses pólos se incorpore filosoficamente na oposição da doutrina da universalidade e no dogma da incomparabilidade, do ser-para-si próprio de cada elemento do mundo, ou, praticamente, na luta entre os partidos opostos do socialismo e do individualismo, trata-se sempre da mesma forma básica do dualismo; que ela, finalmente, se manifeste também na imagem biológica como oposição entre hereditariedade e variabilidade – a primeira como portadora do universal, da unidade, da igualdade apaziguadora das formas e conteúdos da vida, a outra engendrando a agitação, a pluralidade dos elementos particulares, o desenvolvimento inquieto de um conteúdo da vida individual a outro. Toda forma de vida essencial na história de nossa espécie mostra em seu domínio uma maneira particular de unir o interesse pela permanência, pela unidade, pela igualdade, ao interesse pela mudança, pela particularidade e pela singularidade.

Na materialização dessas oposições, um de seus dois aspectos será sustentado, no mais das vezes, pela tendência psicológica à *imitação*. A imitação pode ser designada como uma herança psicológica, como a transposição da vida do grupo na vida individual. Seu atrativo é, antes de tudo, que ela possibilita uma ação teleológica e plena de sentido sem que nada de pessoal e criativo aconteça. Poderíamos chamá-la o filho comum da reflexão com a irreflexão. Ela dá ao indivíduo a segurança de não estar sozinho em suas ações e se apóia no exercício da mesma atividade até aqui estabelecida como sobre um sólido fundamento que a alivia da dificuldade de se sustentar a si mesma. Ela nos traz, na prática, a tranqüilidade peculiar garantida na teoria quando classificamos um fenômeno singular com um conceito universal. Quando imitamos, não apenas impelimos a exigência de uma energia produtiva para o outro, mas, ao mesmo tempo, também a responsabilidade por essa ação; assim, o indivíduo se livra do tormento da escolha, fazendo-a aparecer como um produto do grupo, como um recipiente de conteúdos sociais. O instinto mimético como princípio caracteriza um estágio de desenvolvimento em que está vivo o

desejo de uma atividade pessoal orientada para um fim, mas em que falta a capacidade de fornecer a ela ou a partir dela conteúdos individuais. Ultrapassar esse estágio é conseguir que o *futuro*, e não apenas o dado, o passado, a tradição, determine o pensar, o agir e o sentir – o ser humano teleológico está no pólo oposto do ser humano que imita. A imitação corresponde, assim, em todos os fenômenos em que é um fator constitutivo, a *uma* das tendências fundamentais de nosso ser, aquela que se satisfaz na fusão do singular no universal, acentuando a permanência na mudança. Mas quando, ao contrário, se busca a mudança na permanência, a diferenciação individual, a dissociação da universalidade, então a imitação se torna o princípio negador e inibitório. E justamente porque o anseio de persistir no dado e de fazer e ser o mesmo, como os outros, é o inimigo irreduzível do anseio de progredir para formas de vida novas e próprias, indo cada um dos dois princípios por si mesmos ao infinito, a vida social se revela como um campo de conflitos, em que cada um deles disputa cada palmo de terreno, e as instituições sociais como conciliações – nunca duradouras –, em que seus antagonismos efetivos tomam, ambos, a forma externa de uma cooperação.

As condições de existência da moda como um fenômeno corrente na história de nossa espécie estão aqui circunscritas. Imitação de um modelo dado, a moda satisfaz uma necessidade de apoio social, ela leva o singular à via seguida por todos, ela indica uma universalidade que reduz o comportamento de cada um a mero exemplo. Ela também satisfaz, no entanto, a necessidade de distinção, a tendência à diferenciação, à variação, ao destaque. E ela consegue isso, por um lado, através da mudança de conteúdos que imprime à moda de hoje sua marca individual em relação à moda de ontem e de amanhã, mas por outro lado, ainda mais energicamente, pelo fato de as modas serem modas de classe, de as modas das camadas mais altas se distinguirem daquelas das mais baixas e serem abandonadas no momento em que essas começam a se apropriar daquelas. Portanto, a moda não é nada além de uma forma de vida entre outras, através da qual se conjuga, em um mesmo agir unitário, a tendência à uniformização social à tendência à distinção individual, à variação. Se interrogarmos a história da moda, que até agora só foi pesquisada naquilo que diz respeito ao desenvolvimento de seus *conteúdos*, sobre seu significado para a forma do processo social, veremos que ela é a história das tentativas de acomodar ao estado de cada cultura individual e social a satisfação dessas duas tendências opostas. É nessa essência fundamental da moda que vêm se ordenar os traços

psicológicos singulares que observamos nela.

A moda é, como eu dizia, um produto da divisão de classes e se comporta como inúmeras outras configurações, sobretudo a honra, cuja dupla função é reunir um círculo isolando-o ao mesmo tempo dos outros. Como a moldura de um quadro caracteriza a obra de arte como um todo unitário, solidário, um mundo em si e, ao mesmo tempo, corta, em relação ao exterior, toda relação com o ambiente espacial; como a energia unitária de tais configurações só pode ser expressa por nós se dissociarmos seu duplo efeito, para dentro e para fora – da mesma maneira, a honra tira seu caráter e seus direitos morais – direitos muito freqüentemente sentidos por aqueles que se encontram fora dessa classe como uma injustiça – do fato de o singular apresentar e preservar, ao mesmo tempo, sua honra e a de seu círculo social. Assim, a moda significa, por um lado, a união com os pares, a unidade de um círculo definido por ela e, conseqüentemente, a união desse grupo contra as camadas inferiores, a caracterização destas como excluídas. Unir e distinguir são as duas funções fundamentais que aqui se juntam indissolúvelmente, das quais uma, apesar ou justamente por ser a oposição lógica da outra, torna possível sua realização. A prova mais clara de que a moda é, então, um mero produto de necessidades sociais ou também de necessidades psicológicas formais está no fato de que quase nunca podemos descobrir uma finalidade material, estética ou outra que explique suas criações. Se nossas roupas, por exemplo, são de modo geral adaptadas às nossas necessidades, não é possível encontrar o menor rastro de finalidade nas decisões com as quais a moda as conforma; se as saias serão largas ou apertadas, os penteados para cima ou abertos para os lados, as gravatas coloridas ou pretas. Assim, as coisas feias e repulsivas são, muitas vezes, modernas como se a moda quisesse mostrar com isso que nós, por sua causa, aceitamos o mais horrível; exatamente o acaso com que ordena uma vez o que é conveniente, outra o que é confuso, outra ainda aquilo que é estética e praticamente inócuo revela sua total indiferença em relação às normas objetivas da vida, por isso somos remetidos a outras motivações, a saber, às tipicamente sociais, como as únicas que restam. Essa abstração da moda, ancorada em seu ser mais profundo e conferindo ao moderno, por sua “estranheza em relação à realidade”, uma marca propriamente estética, mesmo em domínios totalmente extra-estéticos, se desenvolve também em fenômenos históricos. Conta-se que, em tempos passados, os caprichos ou as necessidades particulares de uma personalidade singular faziam nascer uma moda – assim os sapatos pontudos da Idade

Média viriam de um nobre senhor que procurava um tipo de sapato adaptado à excrescência que tinha no pé, o vestido de gestante, de uma senhora de certa importância que desejava esconder sua gravidez, etc. Ao contrário dessa origem pessoal, a invenção da moda no presente está cada vez mais ligada à situação objetiva do trabalho na economia. Não é o caso de um artigo produzido em algum lugar virar moda e sim da produção de artigos com a finalidade de se tornar moda. Em determinados intervalos de tempo, exige-se *a priori* uma nova moda e, por isso, há criadores e indústrias que trabalham exclusivamente na execução dessa tarefa. A relação entre a abstração em geral e uma organização social objetiva se manifesta na indiferença da moda enquanto forma diante de qualquer significado de seus conteúdos particulares – e em sua transformação cada vez mais decisiva em configurações econômicas produtivas e sociais. A moda é, em sua essência mais íntima, supra-individual, e esse caráter se imprime também em seus conteúdos: a prova decisiva disso é que a criação de modas se converteu em uma profissão paga, em uma “posição” nas grandes empresas que se diferenciou tanto da personalidade que a ocupa como qualquer outro cargo de seu titular subjetivo. Claro que a moda deve eventualmente acolher conteúdos objetivamente fundamentados, mas só quando a independência em relação a outras motivações é positivamente sentida ela age como moda, assim como nossas ações conformes ao dever só valem moralmente quando não são determinadas por conteúdo e finalidade externos e sim exclusivamente pelo fato de serem um dever. Por isso, a soberania da moda é mais insuportável nos domínios em que apenas as decisões objetivas têm valor: religiosidade, interesses científicos, socialismo e individualismo tornaram-se de certo coisas da moda; mas os motivos pelos quais esses conteúdos vitais devem ser acolhidos estão em total contradição com a completa falta de objetividade inerente ao desenvolvimento da moda e, da mesma forma, com o atrativo estético que lhe dá a distância dos significados substanciais das coisas e que, como momento tão impróprio a tais decisões de última instância, lhe imprime um traço de frivolidade.

Se as formas sociais, as roupas, os juízos estéticos e todo o estilo que o ser humano utiliza para se expressar são mantidos em constante mutação pela moda, esta, ou seja, a nova moda, só diz respeito às classes altas. Tão logo as classes baixas começam a se inclinar para ela, ultrapassando as fronteiras demarcadas pelas classes altas e quebrando a homogeneidade de seu pertencimento aí simbolizado, as classes altas se afastam e adotam uma nova moda que as

distingue, por sua vez, das grandes massas, relançando o jogo novamente. Pois naturalmente as classes baixas dirigem seus olhares e seus esforços para cima e podem fazê-lo da melhor maneira nos domínios submetidos à moda, porque esses são geralmente mais acessíveis à imitação externa. O mesmo processo se dá – nem sempre de modo tão visível quanto entre as senhoras e suas empregadas – entre as diferentes camadas das classes mais altas. Podemos observar com freqüência que quanto mais esses círculos estão próximos uns dos outros, mais louca a corrida à imitação nas classes baixas e a fuga para o novo nas altas; a penetração da economia monetária acelera fortemente esse processo e o torna visível porque os objetos da moda, como as exterioridades da vida, são particularmente acessíveis à pura posse do dinheiro e, por isso, a igualdade com as classes altas é mais fácil de se dar do que em qualquer outro domínio que exige uma prova individual, não comprável pelo dinheiro.

Lá onde a estrutura social não possui camadas sobrepostas, os fenômenos da moda mostram bem o quanto esse momento de separação – assim como os elementos de imitação – conforma sua essência; então são com freqüência as camadas vizinhas que ela abarca. Conta-se que, em alguns povos naturais, grupos muito próximos, com condições de vida idênticas, inventam muitas vezes modas bem particulares com as quais cada grupo demarca sua coesão interna, assim como sua diferença externa. Ademais, a moda é de preferência importada de fora e mais apreciada no interior de um círculo quando não nasce de si mesmo; já o profeta Sofonias falava com irritação dos elegantes que se vestiam com roupas estrangeiras. De fato, a origem exótica da moda parece favorecer, com muita força, a coesão do círculo que a adota; exatamente, pelo fato de vir de fora, ela cria uma forma de socialização particular e significativa que decorre de uma ligação comum a um ponto situado no exterior. Às vezes, parece que os elementos sociais, como os eixos oculares, convergem melhor a um ponto que não está muito próximo. Assim, entre os povos naturais, o dinheiro, objeto do mais vivo interesse geral, consiste muitas vezes em símbolos trazidos de fora; de modo que em muitas regiões (nas ilhas Salomão, em Ibo, no Níger) existe um tipo de indústria que fabrica, com conchas ou outros materiais, signos monetários que circulam não nos lugares em que são fabricados e sim em regiões vizinhas para onde são exportados – exatamente como as modas em Paris são muitas vezes produzidas com a intenção de se tornarem moda em outros lugares. Mesmo em Paris, a moda apresenta seus elementos dualistas no máximo de sua tensão e de sua reconciliação. O individualismo – a

adaptação àquilo que veste bem – é muito maior do que na Alemanha, mas mantém firmemente certos limites amplos de um estilo geral, da moda vigente, de modo que o aspecto singular não *saia* jamais fora do universal, mas dele se *destaque*.

Se faltar apenas uma dessas tendências sociais que têm de se conjugar para sua formação, a saber, a necessidade de união, por um lado, e de separação, por outro, a moda não acontece, seu império tem fim. É por isso que as classes baixas possuem tão poucas modas específicas e as modas dos povos naturais são tão mais estáveis do que as nossas. O perigo da mistura e do apagamento que pressiona as classes dos povos civilizados à diferenciação de roupas, comportamento, gosto, etc, falta com frequência em estruturas sociais primitivas que, por um lado, são mais comunistas, por outro, no entanto, fixam as diferenças estáveis de maneira rígida e definitiva. São exatamente essas diferenciações que mantêm a coesão das frações de grupos interessados na separação; o andar, o tempo ², o ritmo dos gestos são sem dúvida determinados essencialmente pelas roupas, pois pessoas vestidas igualmente se comportam relativamente da mesma maneira. Aqui, há ainda uma associação peculiar. A pessoa que pode e quer seguir a moda veste, muitas vezes, roupas novas. A roupa nova determina, no entanto, nossa atitude mais do que a velha que, por fim, é completamente trabalhada no sentido de nossos gestos individuais, dobrando-se a cada um deles sem resistência e deixando nossas próprias inervações se revelarem nos menores detalhes. O fato de nos sentirmos mais “à vontade” com roupas mais velhas do que com as novas significa que estas nos impõem sua própria lei formal que, com o uso, pouco a pouco evolui para as leis de nosso próprio movimento. Por isso, a roupa nova empresta ao portador uma certa igualdade supra-individual na atitude, a prerrogativa que, na medida de sua novidade, o traje possui sobre a individualidade de seu portador faz as pessoas estritamente na moda aparecerem como relativamente uniformes. Para a vida moderna com sua dispersão individualista, esse momento de homogeneidade da moda é particularmente significativo. E também por isso, entre os povos naturais, a moda é ínfima, ou seja, mais estável, porque a necessidade de novidade nas impressões e formas de vida é muito mais baixa, independentemente de seu efeito social. A mudança da moda mostra a medida de embotamento dos excitantes nervosos; quanto mais nervosa é uma época, tanto mais rápidas são as mudanças da moda, pois a necessidade de excitantes diferenciais, um dos principais vetores de toda moda, anda junto com a diminuição das energias nervosas. Eis aqui uma das

razões pelas quais as classes altas são a verdadeira sede da moda. Quanto às suas causas puramente sociais, dois povos primitivos vizinhos fornecem exemplos comprobatórios de sua finalidade de reunir e de separar. Os cafres possuem uma hierarquia social ricamente articulada, e entre eles existe uma mudança de moda bastante rápida, embora roupas e adornos estejam sujeitos a certas limitações legais; os bosquímanos, por sua vez, que não possuem uma formação em classes, não desenvolveram nenhuma moda, ou seja, entre eles não há interesse pela mudança de roupas ou adornos. São justamente essas razões negativas que impediram na ocasião, com total consciência, a formação de uma moda na civilização mais alta. Em Florença, por volta de 1390, não podia haver nenhuma moda dominante de roupas masculinas, porque cada um procurava se vestir de uma maneira particular. Aqui falta um dos momentos, a necessidade de união, sem a qual não há moda. Por outro lado, os nobres venezianos, assim se conta, teriam ignorado a moda porque, de acordo com uma determinada lei, deveriam se vestir de preto para não tornar visível seu pequeno número em relação às massas. Não havia aqui, portanto, nenhuma moda porque faltava seu outro elemento constitutivo, pois a diferenciação em relação às camadas mais baixas era propositalmente evitada. E além desse momento negativo orientado para fora, a igualdade da roupa – que só o invariável preto podia evidentemente garantir – devia simbolizar a democracia interna dessa corporação aristocrática: mesmo *em seu interior* não poderia haver uma moda que fosse o correlato de uma formação de camadas diferentes entre os nobres. O traje de luto, especialmente o feminino, pertence igualmente a esses fenômenos negativos da moda. Exclusão ou evidência e união ou igualdade aparecem aqui também. O simbolismo da roupa preta coloca a pessoa de luto à parte da agitação colorida dos outros, como se ela pertencesse, por sua ligação com os mortos, em certa medida, ao reino dos não-vivos. Na medida em que isso é igual para todos, as pessoas de luto formam uma comunidade ideal ao se separarem do mundo daqueles que estão, por assim dizer, completamente vivos. Mas como essa comunidade não é de natureza social – apenas igualdade e não unidade – falta então a possibilidade de uma moda. O que comprova o caráter social da moda é o fato de que, mesmo a roupa apresentando seus momentos de separação e de ligação, a ausência de intenção social conduz a moda a seu extremo contrário, a saber, à invariabilidade essencial do traje de luto.

A essência da moda consiste em que apenas uma parte do grupo a exerça e que a

coletividade se encontre a caminho. Assim que se impõe totalmente, ou seja, uma vez que aquilo que apenas poucos faziam anteriormente é praticado realmente por todos, sem exceção, como é o caso de certos elementos do vestuário e do trato social, então não é mais moda. Qualquer crescimento a leva em direção a seu fim, exatamente por anular a diferença. Ela pertence, portanto, a um tipo de fenômeno cuja intenção é de expansão cada vez mais ilimitada e realização cada vez mais completa – mas que alcançando esse objetivo absoluto cai em auto-contradição e destruição. Assim, paira sobre a aspiração moral a meta de uma perfeita santidade, imune a toda sedução, sendo que o genuíno mérito da moralidade talvez resida apenas no *esforço* para alcançar esse objetivo e na luta para afastar a tentação sempre sensível; assim, o trabalho econômico acontece no sentido de obter o gozo da tranqüilidade e do lazer como estado duradouro – mas, depois de sua completa realização, a vida desmente muitas vezes com seu vazio, sua paralisia, esse movimento em sua direção; assim, finalmente, ouve-se afirmar sobre as tendências socialistas da sociedade organizada que elas são valiosas na medida em que se propagam em um estado ainda individualista, mas que se converteriam, ao contrário, em loucura e ruína, no caso de um socialismo sem restos, total. Uma formulação geral desse tipo é o que sustenta também a moda. Nela vive um impulso íntimo de expansão, como se ela devesse subjugar a coletividade de um grupo; porém, no momento em que alcança seu objetivo, tem, como moda, de morrer pela contradição lógica com sua própria essência, pois sua expansão contínua suspende seu momento de separação.

Que na cultura contemporânea a moda tenha enorme preponderância – invadindo províncias até aqui estrangeiras, acelerando, naquelas já há muito ocupadas, continuamente sua presença, ou seja, o tempo de sua mudança – é apenas a condensação de um traço psicológico de época. Nosso ritmo interno exige sempre períodos curtos para a mudança de impressões; ou, dito de outra forma: o acento de cada estímulo se afasta cada vez mais de seu centro substancial para seu começo e para seu fim. Isso começa pelos mínimos sintomas, como a substituição mais generalizada do charuto pelo cigarro, se manifesta na mania de viajar que faz oscilar a vida no ano em muitos períodos curtos, com despedidas e boas-vindas fortemente acentuadas. O específico tempo “impaciente” da vida moderna significa não apenas o anseio por mudanças rápidas nos conteúdos qualitativos da vida, mas a força da atração formal das fronteiras, dos começos e dos fins, das idas e das vindas. É no sentido mais resumido dessa forma que a moda,

através de seu jogo entre a tendência para a expansão geral e a destruição de seu próprio sentido que essa expansão acarreta, tem uma atração peculiar pelas fronteiras, uma atração simultânea pelos começos e pelos fins, uma atração pela novidade e ao mesmo tempo pela efemeridade. Sua questão não é ser ou não ser, pois a moda é ao mesmo tempo ser e não ser, ela se coloca sempre no limite entre as águas do passado e do futuro, e nos dá assim, tão logo atinge seu cume, um sentimento tão forte de presente como poucos outros fenômenos podem dar. Se é verdade que na culminância momentânea da consciência social, no ponto designado pela moda, vive também o germe de sua morte, sua vocação a ser substituída, essa efemeridade não a desclassifica de maneira nenhuma e sim aumenta ainda mais seu atrativo. Por sua designação como "coisa da moda", um objeto só é degradado quando se deseja, por alguma razão objetiva, rebaixá-lo, desacreditá-lo; então, a moda se torna um conceito de valor. De outro modo, o que quer que seja de novo que se espalhe na prática da vida não será designado como moda se acreditamos em sua persistência e em sua legitimidade objetiva; só o chamará assim quem estiver convencido de que seu desaparecimento será tão rápido quanto sua aparição. É por isso que entre os motivos pelos quais a moda domina hoje tão fortemente a consciência está também no fato de as grandes, duradouras e inquestionáveis convicções virem perdendo força cada vez mais. Os elementos efêmeros e variáveis ganham em função disso mais espaço. A ruptura com o passado, que a cultura da humanidade se esforça continuamente em realizar, aguça mais e mais a consciência que temos do presente. Essa acentuação do presente é evidentemente ao mesmo tempo uma acentuação da mudança e, na mesma medida em que uma classe é portadora da tendência cultural designada, ela se voltará para a moda, em todos os domínios e não somente, por exemplo, no do vestuário.

A moda como tal não pode se expandir de maneira generalizada, surge para o singular a satisfação de sentir que ela representa nele algo ainda especial e surpreendente, ao mesmo tempo que se sente intimamente com apoio não só por uma coletividade que *faz* o mesmo, mas também por uma que se *esforça* pela mesma coisa. Por isso, o estado de espírito que a pessoa na moda encontra é uma mistura aparentemente agradável de aprovação e inveja. É motivo de inveja como indivíduo e de aprovação como ser da espécie. Mas mesmo essa inveja tem aqui uma cor especial. Há uma nuance da inveja que inclui um tipo de participação ideal no objeto invejado. O comportamento dos proletários que podem dar uma olhada na cidadela dos ricos é,

aqui, um exemplo instrutivo; a base desse comportamento é que um conteúdo que é dado a ver se torna fonte de prazer simplesmente por ser o que é, independente de sua realidade vinculada a um ter subjetivo – o que, de alguma forma, é comparável à obra de arte cujo benefício em satisfação não depende também de quem a possui. O fato de que possa aliás acontecer uma tal separação entre o puro conteúdo das coisas e a questão de posse (de acordo com a capacidade de conhecimento de separar o conteúdo das coisas de seus seres) torna possível aquela participação que a inveja concretiza. E, talvez, isso não seja uma nuance particular da inveja, mas viva como elemento em todo lugar que ela esteja. Na medida em que se inveja um objeto ou alguém, não se está mais fechado totalmente em relação a ele, passa a haver uma relação com ele, entre ambos há agora o mesmo conteúdo espiritual, mesmo que em categorias e formas de sentimento completamente diferentes. Estamos ao mesmo tempo mais próximos e mais distantes do objeto invejado do que desses bens cuja não-posse nos deixa indiferentes. Com a inveja, a distância se torna, de algum modo, mensurável, o que quer dizer, também, distanciamento e proximidade – o indiferente fica além dessa oposição. Assim, a inveja pode conter um leve domínio sobre o objeto invejado (como é a felicidade enquanto tal de um amor malogrado) e com isso evitar, como um contraveneno, as piores formas do sentimento de inveja. E justamente os conteúdos da moda oferecem de modo particular a chance de uma cor mais conciliatória da inveja porque, ao contrário de muitos outros conteúdos espirituais, nunca são negados a ninguém, sempre é possível que uma virada da sorte os conceda a quem, no momento, só pode invejá-los.

Essa mesma estrutura de base faz da moda o picadeiro para os indivíduos que são dependentes internamente e que necessitam de apoio, mas cujo amor próprio precisa ao mesmo tempo de uma certa distinção, atenção e tratamento especial. É, por certo, a mesma constelação que leva alguns a se satisfazerem com as banalidades repetidas por todos, porque sua repetição dá a cada um a sensação de mostrar uma inteligência pouco comum, que lhe coloca acima da massa – portanto, banalidades do tipo crítico, pessimista e paradoxal. A moda eleva a pessoa insignificante na medida em que a faz o representante de uma coletividade, a materialização especial de um espírito universal. Ela tem como traço – porque de acordo com seu conceito só pode ser uma norma nunca cumprida por todos – permitir uma obediência social que seja também uma diferenciação individual. No caso do bobo da moda, suas exigências sociais atingem

uma altura tal que tomam a aparência de individualidade e de particularidade. O que o caracteriza é que ele empurra a tendência da moda para além dos limites observados ordinariamente: quando os sapatos pontudos estão na moda, ele deixa os seus terminarem em pontas de lança; quando estão na moda os colarinhos altos, ele os usa até as orelhas; quando é moda ouvir conferências científicas, não há uma única vez em que ele não se encontre, etc. Assim, ele apresenta uma individualidade que consiste no exagero quantitativo de elementos que, por sua qualidade, também são bens comuns do respectivo círculo. Ele vai na frente dos outros – mas, exatamente, sobre a mesma via. Como representa a última extremidade do gosto público, parece que ele marcha na frente de todos. Mas, na realidade, vale para ele o que vale infinitas vezes para a relação entre o singular e a coletividade: que o guia é, na verdade, guiado. Visivelmente, os tempos democráticos favorecem tanto essa constelação a ponto de Bismarck e outros proeminentes líderes partidários de estados constitucionais terem ressaltado que, por serem líderes de um grupo, tinham de seguir esse grupo. A presunção do bobo da moda é, portanto, a caricatura da constelação de relações favorecida pela democracia entre o singular e a coletividade. Mas, inegavelmente, o herói da moda representa, pela distinção adquirida por vias quantitativas e, então, travestidas em diferença de qualidade, um equilíbrio realmente original entre impulso social e impulso individual. Assim, compreendemos a insensatez da moda exteriormente tão abstrusa de inúmeras personalidades que, apesar disso, são bastante inteligentes e nada frívolas. A moda dá a eles uma combinação de relações entre as coisas e os seres humanos que, em geral, sem ela, se manifestam em estado separado. Não é apenas a mistura de particularidade individual e igualdade social, mas, por assim dizer, de modo mais prático, a mistura do sentimento de soberania e de submissão que aqui produz efeito ou, dito ainda de outra forma, um princípio masculino e um princípio feminino; e justamente porque em seu domínio isso se dá apenas como diluição ideal, pois, por assim dizer, a pura forma de ambos só se realiza em um conteúdo em si indiferente, a moda pode exercer uma força de atração especial sobre naturezas sensíveis que não se adaptam facilmente à robusta realidade. A forma de vida conforme a moda ganha seu caráter na destruição de um conteúdo passado e de adoção de uma homogeneidade peculiar que não consegue mais separar o impulso de destruição do impulso para conteúdos positivos. E como aqui não se trata da importância de um conteúdo singular ou de uma satisfação singular e sim, justamente, do jogo entre ambos os termos que se

destacam em contraposição uns aos outros, pode-se atingir, ao se opor à moda, evidentemente, a mesma combinação das pessoas extremamente obedientes a ela. Aquele que conscientemente se veste ou se comporta de modo não-moderno adquire o sentimento de individualização a ele relacionado, não apenas através de sua qualificação propriamente individual, mas também através da mera negação de um exemplo social: se a modernidade é a imitação deste último, então a não-modernidade intencional é sua imitação com sinal trocado, o que não a faz menos um testemunho do poder da tendência social de nos manter dependentes, seja de maneira positiva ou negativa. A pessoa intencionalmente não-moderna toma exatamente o mesmo conteúdo que o bobo da moda, só que o molda com outra categoria, o bobo com a do exagero, o não-moderno com a da negação. Pode até se tornar moda em vastos círculos dentro de uma ampla sociedade vestir-se de maneira não-moderna – essa é uma das complicações sociopsicológicas mais curiosas: que, primeiro, o impulso por distinção individual se satisfaça com uma simples inversão da imitação social e, segundo, que tire sua força do apoio de um círculo igualmente caracterizado; se constituíssemos uma associação de anti-associacionistas, teríamos um fenômeno não mais impossível logicamente nem, em termos psicológicos, mais verossímil que o anterior. Assim como foi feito do ateísmo uma religião, com o mesmo fanatismo, a mesma intolerância, a mesma satisfação de necessidades sentimentais da religião, assim como a liberdade com a qual se derrotou uma tirania muitas vezes se torna não menos tirânica e violenta do que seu inimigo vencido, da mesma forma esse fenômeno de tendenciosa não-modernidade indica o quanto as formas fundamentais da essência humana estão prontas a acolher conteúdos totalmente contrários e a mostrar sua força e seu estímulo na negação disso mesmo a que, antes, pareciam ligados irrevogavelmente. Quanto aos valores investigados pelos caracteres aqui em questão – de ser e de fazer a mesma coisa que os outros e, ao mesmo tempo, algo diferente – trata-se tão somente de uma síntese que só se deixa alcançar através de múltiplas e possíveis alterações *formais* do conteúdo comum adotado. Muitas vezes, é totalmente inextricável saber se o momento de força pessoal tem mais peso do que o de fraqueza no complexo de causas que determinam essa não-modernidade. Ele pode advir da necessidade de não se fazer comum com a massa, uma necessidade que tem como fundamento não a independência em relação à massa e sim uma posição de soberania interior; pode também pertencer a uma sensibilidade fraca se o indivíduo teme não poder preservar seu pouco de individualidade, acomodando-se a formas,

gostos e regras da universalidade. A oposição a essa não é de modo algum sempre um sinal de força pessoal; ao contrário, a força pessoal será tão mais consciente de seu valor singular, impossível de destruir pelas conviências externas, que não apenas se dobrará sem preocupação às formas externas, inclusive à moda, como também se tornará consciente como nunca da natureza *voluntária* de sua obediência, assim como daquilo que se encontra para além da obediência.

Se a moda expressa e ressalta o impulso à igualdade e à individualidade, o estímulo à imitação e à distinção, ao mesmo tempo, então isso talvez explique por que as mulheres em geral dependem fortemente dela. Da fragilidade da posição a que foram condenadas as mulheres durante a maior parte da história surge sua ligação estreita com tudo o que é “costume”, com tudo que “convém”, com a forma de existência válida em geral e aprovada por todos. Pois o fraco evita a individualização, o prático tranquilizar-se a si mesmo com suas responsabilidades e a necessidade de se defender sozinho, com suas próprias forças. A ele, só a forma de vida típica garante a proteção que evita nos fortes a utilização de suas forças extraordinárias. Mas sobre o chão seguro do costume, da medianidade, do nível universal, as mulheres lutam por uma relativa individualização ainda possível e pela distinção de sua personalidade singular. A moda oferece a elas justamente a mais feliz combinação: por um lado, um domínio de imitação universal, um percurso tranquilo pelos amplos canais da sociedade, um alívio para o indivíduo do peso de seu gosto e de suas ações; por outro, uma distinção, uma acentuação, uma ornamentação individual da personalidade.

Parece haver para cada classe de pessoa, provavelmente para cada um dos indivíduos, uma determinada relação quantitativa entre o impulso à individualização e o impulso à fusão na coletividade, de modo que se em um domínio determinado da vida a sobrevivência de um deles é ameaçada, ele procura um outro domínio onde possa preencher a medida que necessita.

Também, os fatos históricos nos convidam a ver a moda como uma válvula, por assim dizer, da qual irrompe a necessidade das mulheres por algum grau de distinção e destaque pessoal, quando uma satisfação como essa lhes é negada em outros domínios. Nos séculos XIV e XV, a Alemanha teve um desenvolvimento extraordinariamente forte da individualidade. As ordens coletivas da Idade Média foram quebradas pela liberdade da personalidade singular em amplas medidas. No interior desse desenvolvimento da individualidade, porém, as mulheres não

encontraram nenhum espaço, a elas foi negada a liberdade de movimentação pessoal e desdobramento. Elas compensam a si mesmas por isso com as mais extravagantes e hiperbólicas roupas da moda. Ao contrário, vemos na Itália a mesma época garantir às mulheres o espaço para seu desenvolvimento individual. As mulheres do Renascimento tiveram muitas possibilidades de formação, de atividade externa, de diferenciação pessoal, e que, depois, durante séculos, não lhes foram oferecidas; educação e liberdade de movimentos eram, particularmente nas camadas mais altas da sociedade, quase as mesmas para ambos os sexos. Mas também não se tem notícia de nenhuma moda feminina especialmente extravagante na Itália dessa época. Não há nenhuma necessidade de confirmar sua individualidade nesse domínio e de adquirir uma certa excelência, porque o impulso que aí se expressa encontra satisfação suficiente em outros domínios. Em geral, a história das mulheres mostra, em sua vida exterior tanto quanto interior, no indivíduo assim como em sua coletividade uma tamanha homogeneidade, nivelamento e uniformidade, comparativamente, que elas precisam, pelo menos no domínio da moda, que é simplesmente o domínio das mudanças, de uma atividade mais vivaz, para dar a si mesmas e a suas vidas um estímulo – tanto para seu próprio sentimento, como para o de outros. Há entre a individualização e a coletivização, como entre a uniformidade e a mudança dos conteúdos vitais uma determinada proporção de necessidade que oscila, nos diferentes domínios, de lá para cá, buscando compensar a recusa de uma pela autorização mais ou menos forçada de outra. De modo geral, pode-se dizer que a mulher, comparada ao homem, é mais fiel; mas a fidelidade que expressa a homogeneidade e a uniformidade do ser no lado afetivo requer também, para um bom equilíbrio das tendências, uma mudança de alguma forma mais agitada em domínios mais marginais. O homem, ao contrário, que por sua natureza é infiel, que, em geral, tipicamente, não consegue manter, como antes, uma relação afetiva com a mesma incondicionalidade, a mesma concentração de interesses vitais sobre a mesma pessoa, terá em consequência disso menos necessidade dessa forma de mudança externa. Sim, recusa às mudanças em domínios externos, indiferença em relação à moda da aparência externa, é um traço especificamente masculino – não porque o homem é mais homogêneo, mas justamente porque, na verdade, é um ser mais plural e, por isso, pode dispensar essas mudanças externas. Assim, a mulher emancipada do presente, tentando se aproximar do ser masculino, de sua diferenciação, de sua personalidade, de sua mobilidade, também ressalta sua indiferença em relação à moda. A moda também

constituiu para as mulheres, em certo sentido, um substituto para a posição no interior de uma profissão. O homem integrado a uma profissão se coloca dessa forma em um círculo de relativo nivelamento, em seu interior é igual a muitos outros, é apenas um exemplar de um conceito desse estado ou profissão. Por outro lado e à guisa de compensação, é contemplado com toda a importância, com a força objetiva e social dessa posição, sua importância individual se une a de sua profissão, que muitas vezes pode cobrir a falta e as deficiências da existência meramente pessoal. Ora, é isso mesmo que produz a moda e seus conteúdos variados: preenche a insignificância pessoal, a incapacidade de alguém de individualizar sua existência simplesmente, a partir de si mesmo, ao marcar seu pertencimento a um meio que, diante da consciência pública, aparece claramente definido e destacado. Também aqui a personalidade como tal é inserida em um esquema geral, só que esse esquema tem, ele mesmo, no que diz respeito ao social, uma cor individual, e substitui, assim, por um desvio social, o que é negado à personalidade atingir por meios puramente individuais. Se a *demi-monde*³ é muitas vezes a pioneira da nova moda, é por sua forma de vida peculiarmente desenraizada; a existência de pária que a sociedade lhe atribui produz nela um ódio aberto ou latente contra tudo o que já está legalizado, solidamente constituído, um ódio que encontra na pressão por formas de aparência sempre novas uma expressão ainda relativamente inocente; no esforço contínuo por modas novas, até então inéditas, na violência apaixonada com que são incluídas as que até um momento antes eram contrárias, reside uma forma estética do impulso à destruição que parece inerente a todas as existências de pária ainda não total e interiormente escravizadas.

Se tentamos seguir agora as diretrizes da alma marcadas por tudo isso, em suas últimas e mais sutis movimentações, veremos também nelas esse jogo antagônico de princípios vitais que buscam recobrar o equilíbrio sempre deslocado através de proporções constantemente renovadas. Sem dúvida, para a moda é essencial pentear todas as individualidades com o mesmo pente; mas ela o faz de tal modo que nunca atinge a todos, mantendo-se, em relação às pessoas, sempre como algo exterior, mesmo nos domínios para além da moda do vestuário; pois a forma da variabilidade, com a qual se oferece às pessoas, é, sob todas as condições, o oposto da constância no sentimento do eu e é este contraste exatamente que obriga esse sentimento a tomar consciência de sua relativa duração; somente nessa duração a variabilidade pode mostrar aqueles conteúdos finalmente como variabilidade e desdobrar seu estímulo. Mas é por isso

mesmo que a moda fica, como já dito, sempre na periferia da personalidade que se sente, ela mesma, em relação à moda, como *pièce de résistance*⁴ ou, pelo menos, assim pode se sentir em caso de necessidade. É esse significado da moda que justamente é tomado por pessoas finas e originais, na medida em que utilizam a moda como uma espécie de máscara. A cega obediência às normas da generalidade em tudo o que é exterior lhes serve justamente como meio consciente e deliberado para conservar o sentimento pessoal e o gosto que querem ter inteiramente para si, tanto que evitam deixá-los manifestar-se para não serem acessíveis a todos. Então, é justamente um pudor fino, um medo de trair por meio de uma particularidade de sua atitude externa, uma particularidade de seu ser mais íntimo, que faz muitas naturezas se refugiarem no nivelamento velado da moda. Com isso, há um triunfo da alma sobre os dados da existência que, pelo menos, em relação à forma, é um dos maiores e mais sutis: a saber, que o inimigo seja transformado em empregado, que justamente aquele que parecia violentar a personalidade seja incluído de boa vontade, porque aqui a violação niveladora se deixa fluir para as camadas exteriores da vida, de tal modo que fornece um véu e uma proteção para tudo que é interno e que então fica livre. O conflito entre o social e o individual se nivela aqui na medida em que as camadas se separam. Isso corresponde exatamente à trivialidade de exteriorizações e da conversa com as quais uma pessoa muito sensível e tímida sabe ocultar muitas vezes sua alma individual. Todo sentimento de vergonha baseia-se no destaque do singular. Ele nasce quando ocorre uma acentuação do eu, um aguçamento da consciência de um círculo em relação a uma determinada personalidade que, ao mesmo tempo, é sentida, de alguma maneira, como inconveniente; por isso, personalidades tímidas e fracas se inclinam bastante para sentimentos de vergonha, pois entre eles, tão logo estão no centro das atenções gerais e se vêem repentinamente em destaque, acontece uma oscilação dolorosa entre acentuação e apagamento do sentimento do eu. (A vergonha puramente interior sobre algo jamais documentado socialmente ou que esteja além da vergonha simplesmente sociológica denuncia, por suas motivações e simbolizações espirituais não muito difíceis de compreender, a mesma estrutura formal de base.) Como, aliás, aquele destacar-se da generalidade como a fonte do sentimento de vergonha é totalmente independente dos conteúdos particulares que, na verdade, o produzem, acaba que, muitas vezes, se tem vergonha do melhor e do mais nobre. Se na "sociedade", em sentido estrito, a banalidade é de bom tom, então, isso não é apenas consequência de uma atenção recíproca que passa por falta de tato quando alguém

se faz notar com uma manifestação individual e original que não pode ser imitada pelos outros, mas é também por causa do sentimento de vergonha que, de alguma maneira, forma o castigo infligido pelo próprio indivíduo por seu destaque em relação ao tom e às atividades comuns e acessíveis a todos. A moda, então, por sua estrutura interna peculiar, permite um destaque que sempre é sentido como adequado. Por mais extravagante que seja uma manifestação ou exteriorização, tão logo se transforma em moda, fica protegida dos penosos reflexos que, em geral, o indivíduo sente quando é objeto da atenção dos outros. Todas as ações de massa são caracterizadas pela perda do sentimento de vergonha. Como elemento da massa, o indivíduo faz inúmeras coisas que, se provocadas em seu isolamento, despertariam resistências insuperáveis. Um dos fenômenos sociopsicológicos mais interessantes que mostram muito bem esse caráter da ação de massa é que muitas modas fazem coisas vergonhosas que, como pretensão individual, seriam rejeitadas por um indivíduo indignado, porém, como lei da moda, são por ele seguidas com obediência. Exatamente, por ser a moda ação de massa, o sentimento de vergonha está tão apagado nela como o sentimento de responsabilidade nos participantes de crimes de massa, diante dos quais o singular recuaria com horror se fosse colocado sozinho, diante do ato. Desde que o individual da situação predomina sobre o social ditado pela moda, o sentimento de vergonha começa a produzir efeito: muitas mulheres teriam pudor em aparecer em seu quarto diante de um homem estranho tão decotadas quanto aparecem em sociedade, lugar por excelência da moda, diante de trinta ou de uma centena.

A moda é também uma das formas pelas quais os seres humanos, ao abandonarem a exterioridade à escravidão coletiva, procuram salvar da melhor maneira a liberdade interna. Também, liberdade e ligação pertencem àqueles pares de opostos cujo conflito sempre renovado e cujo ir e vir nos domínios mais variados da vida permitem um estímulo mais fresco, uma maior amplitude e desdobramento do que um equilíbrio adquirido, sabe-se lá como, duradouro e não mais deslocável. Assim como, segundo Schopenhauer, a cada ser humano é dado um certo *quantum* de prazer e de sofrimento que nem pode ficar vazio, nem sobrar, e que em toda diversidade e oscilação de suas relações internas e externas muda apenas de forma, do mesmo modo, poder-se-ia, com menos misticismo, observar em cada época, em cada classe, em cada indivíduo, uma proporção realmente constante de ligação e liberdade ou, pelo menos, o anseio por ela, diante da qual nos é dada apenas a possibilidade de mudar os domínios em que elas se

dividem. E a tarefa da vida superior é, na verdade, a de proceder a essa divisão para que os valores relativos aos conteúdos de existência encontrem aí a ocasião favorável a seu desdobramento. O mesmo *quantum* de ligação e de liberdade pode, uma vez, ajudar a elevar os valores morais, intelectuais e estéticos e outra, sem modificar sua quantidade, apenas repartindo-os em outros domínios, produzir exatamente o inverso. Em suma, pode-se dizer que o resultado mais feliz para o valor global da existência é atingido assim que a inevitável ligação é empurrada cada vez mais para a periferia da vida, para sua exterioridade. Goethe, talvez, em sua época tardia, forneça o exemplo mais esclarecedor de uma vida muito grande que conquistou, pela convivência com toda exterioridade, pela manutenção rigorosa da forma, por uma submissão voluntária às convenções da sociedade, um máximo de liberdade interior, preservando a integridade dos centros vitais graças a um *quantum* de ligação inevitável. Na medida em que a moda, comparável nisso ao direito, abarque apenas a exterioridade da vida, somente aqueles lados virados para a sociedade são uma forma social com uma finalidade admirável. Ela dá ao ser humano um esquema que lhe permite atestar inequivocamente sua ligação com a universalidade, sua obediência às normas que vêm de seu tempo, de sua classe, de seu círculo mais estreito, um esquema com o qual compra a liberdade que a vida proporciona, podendo, então, de novo, concentrar-se cada vez mais naquilo que lhe é mais íntimo e essencial.

No interior da alma singular, agora, as relações entre unificação igualitária e destaque individual se reproduzem de certa maneira; o antagonismo das tendências gerado pela moda se transfere, sob a mesma forma, a essas relações internas de muitos indivíduos que nada têm a ver com as ligações sociais. Assim, aparece no fenômeno a que me refiro aqui aquele paralelismo muitas vezes ressaltado em que as relações entre indivíduos se repetem nas relações dos elementos espirituais dos indivíduos. Mais ou menos de modo deliberado, um indivíduo cria com freqüência um comportamento, um estilo, que é caracterizado como moda pelo ritmo de sua emergência, pelo valor que gera e por sua desapareição. Notoriamente, os jovens mostram às vezes uma extravagância repentina na maneira de se apresentar, um interesse súbito, sem fundamento objetivo, que domina toda a esfera de sua consciência e desaparece não menos irracionalmente. Pode-se chamar isso de moda pessoal, caso limite da moda social. Procede, por um lado, da necessidade de distinção individual, documentando assim o mesmo impulso que opera na moda social. A necessidade de imitação, de semelhança, de fusão do singular em uma

universalidade se satisfaz aqui meramente no interior do próprio indivíduo, a saber, pela concentração da própria consciência apenas sobre essa forma ou conteúdo, pela cor homogênea que o próprio ser adquire dessa maneira, pela *imitação de si* que, por assim dizer, entra aqui no lugar da imitação dos outros. Um certo estágio intermediário entre a moda individual e a moda pessoal se realiza dentro de círculos muito estreitos. Pessoas banais adotam, muitas vezes, alguma expressão – e, na verdade, na maioria das vezes, muitas do mesmo círculo, exatamente a mesma – que vão aplicar a todos os objetos, convenientes ou não, em todas as ocasiões. Essa é uma moda de grupo, por um lado, mas, por outro, é também uma moda individual, porque seu sentido está exatamente no fato de que *o singular* submete a essa fórmula *a totalidade* de suas representações. Produz-se, com isso, um brutal violência contra a individualidade das coisas, todas as nuances se apagam diante da superpotência peculiar dessa categoria de designação; assim, por exemplo, quando designamos todas as coisas que nos agradam de “chic” ou “elegante”, por qualquer motivo, coisas que estão muitos distantes do lugar em que essas expressões residem com pleno direito. Dessa maneira, o mundo interior do indivíduo se vê subjogado a uma moda e reproduz assim a forma do grupo dominado pela moda. E isso justamente através da falta de sentido objetivo de uma tal moda individual que mostra o poder do momento unificador, formal, sobre o objetivo e racional – exatamente como para tantos seres humanos e círculos se exige que sejam dominados de maneira uniforme, ficando a questão da qualificação ou do valor desse domínio em segundo plano. Não se pode negar: ao fazer uma violência às coisas quando as denominamos como moda, ao vesti-las, de modo uniforme, com uma categoria que aplicamos a elas, o indivíduo exerce sobre elas uma autoridade, adquire em relação a elas um sentimento de força individual, uma acentuação do eu.

O fenômeno que se manifesta aqui como caricatura pode, em pequena proporção, ser observado em toda parte na relação dos seres humanos com os objetos. Só os grandes homens, em função da profundidade e força superiores de seu eu, respeitam a individualidade própria das coisas. Da hostilidade que a alma sente, em relação à superpotência, à autonomia e à indiferença do cosmos, emanam, sem cessar, ao lado do gasto de energia sublime e valioso da humanidade, as tentativas, por assim dizer, de violar exteriormente as coisas; o eu impõe sua lei em relação a elas não através do acolhimento e da conformação de suas energias, nem reconhecendo primeiro sua individualidade para, em seguida, colocá-la a seu serviço, e sim para dobrá-la exteriormente

a algum esquema subjetivo para que, em última instância, não adquira poder sobre as coisas e sim, unicamente, uma imagem de fantasia, falsificada. Mas o sentimento de poder, que daí advém, mostra seu caráter não-fundamentado, seu ilusionismo na rapidez com que essas manifestações da moda passam.

Vimos que a moda, por assim dizer, traz às diversas dimensões da vida uma coincidência original por ser uma configuração complexa em que todas as tendências principais e opostas da alma estão representadas. Por isso, é possível compreender sem problemas que o ritmo global, em que os indivíduos e os grupos se movimentam, opera de modo determinante também em sua relação com a moda, que as diversas camadas de um grupo, independentemente de seus conteúdos vitais variados e possibilidades externas, têm exatamente por isso uma relação diferente com a moda, pois seus conteúdos vitais se desenvolvem tanto de modo conservador quanto em formas rapidamente variáveis. Por um lado, as massas inferiores são mais difíceis de serem movimentadas, e se desenvolvem de modo mais lento. Por outro, são exatamente as classes mais altas as reconhecidas como conservadoras, e mesmo arcaizantes: elas temem, muitas vezes, o movimento e a mudança, não porque o conteúdo lhes seja antipático ou nocivo, mas porque é mudança simplesmente, e porque, para elas, qualquer modificação do todo, que em sua atual constituição lhes garante uma posição mais favorável, é vista como suspeita e perigosa; a elas, nenhuma mudança pode trazer mais poder e, por isso, só podem ter medo e, portanto, nada esperar das transformações. A verdadeira variabilidade da vida histórica está nas classes médias, e por essa razão a história dos movimentos sociais e culturais ganharam um outro tempo desde que o *tiers état*⁵ tomou a direção. Assim, a moda – essa forma de mudança e contraposição da vida – tornou-se, desde então, mais ampla e mais animada; a mudança freqüente da moda é também uma submissão considerável do indivíduo e, nessa medida, um dos complementos exigidos pela liberdade social e política desenvolvida. Justamente para uma forma de vida cujos conteúdos são tais que no momento em que se atinge o cume se chega ao mesmo tempo à decadência, o verdadeiro lugar obrigatório é uma classe em que todo ser conhece um ritmo bem mais variável, bem mais agitado que o das classes mais baixas com seu morno conservadorismo inconsciente ou o das classes mais altas com seu conservadorismo deliberado e consciente. Classes e indivíduos que são pressionados para mudanças contínuas, porque a rapidez de seu desenvolvimento lhes garante uma vantagem sobre os outros, reencontram na

moda o tempo de seus próprios movimentos anímicos. E basta, nesse contexto, mencionar o entrelaçamento de inúmeros momentos históricos e psicossociais que fazem das grandes cidades, em oposição a todos os meios mais estreitos, o âmbito mais propício para a moda: rapidez infiel na mudança de impressões e relações, nivelamento e, ao mesmo tempo, acentuação das individualidades, concentração e, em função disso, a reserva necessária e o distanciamento. Acima de tudo, a ascensão econômica das camadas inferiores, no ritmo das grandes cidades, só pode favorecer a rápida mudança da moda, porque esta permite às classes mais baixas imitar bem mais rápido as altas, e por isso o processo, caracterizado acima, em que cada camada superior abandona a moda no momento em que as inferiores dela se apoderam, adquire uma amplitude e uma vivacidade surpreendentes. Isso influi consideravelmente sobre o conteúdo da moda. O resultado é, antes de mais nada, que a moda não pode mais ser tão cara nem tão visivelmente extravagante como nos tempos antigos, quando a duração mais longa de seu domínio podia compensar o preço pago por uma aquisição inédita ou mesmo o esforço realizado para transformar os comportamentos e os gostos. Quanto mais um artigo se submete à rápida mudança da moda, mais forte é a necessidade de *produtos baratos* de sua espécie. Não apenas porque as massas mais amplas e, portanto, mais pobres têm um poder de compra suficiente para determinar, grosso modo, a indústria e não deixam de exigir objetos que, pelo menos, tragam a aparência externa e pouco consistente do moderno, mas também porque mesmo as camadas superiores da sociedade não poderiam suportar a rapidez da mudança da moda, imposta pela pressão das camadas inferiores, se esses objetos não fossem relativamente baratos. Um círculo peculiar tem origem aqui: quanto mais rápido a moda muda, tanto mais baratas têm de ser as coisas; e quanto mais baratas ficam, tanto mais elas convidam os consumidores e os produtos à mudança rápida da moda. O tempo do desenvolvimento é para os verdadeiros artigos da moda tão importante que ele os subtrai de certos progressos da economia alcançados paulatinamente em outros domínios. Especialmente no caso dos ramos produtivos mais antigos da indústria moderna, podemos observar que o momento especulativo pouco a pouco deixou de ter um papel determinante. Os movimentos do mercado tornam-se mais controlados, as necessidades podem ser melhor calculadas com antecedência e a produção mais bem regulada do que anteriormente de modo que a racionalização da produção ganha terreno em relação aos acasos da conjuntura e às oscilações incontroláveis da oferta e da demanda. Somente os puros artigos da moda parecem

ser uma exceção aqui. As flutuações polares das quais a economia moderna já sabe se libertar e contra as quais luta visivelmente, em favor de regimes e de formações econômicas totalmente novas, continuam a valer nos domínios submetidos diretamente à moda. A forma de uma mudança febril é aqui tão essencial que se opõe, como em uma contradição lógica, às tendências de desenvolvimento da economia moderna.

Mas em relação a esse caráter, a moda mostra agora a particularidade mais notável, a de que, de certa maneira, cada moda singular aparece como se quisesse viver para sempre. Quem compra hoje uma mobília que deve durar um quarto de século escolhe sempre a da última moda e não leva em consideração aquela que já tem dois anos. E um par de anos depois, abertamente, o atrativo da moda terá deixado esses móveis da mesma maneira que havia deixado os anteriores, e gostar ou não de ambas as formas passa a ser decidido por critérios de outros tipos, de natureza objetiva. Uma variação desse motivo se mostra de maneira particular nos conteúdos singulares da moda. Claro que à moda só interessa a mudança; mas, como todas as configurações, ela tem uma tendência à economia de energia, ela busca seu objetivo da maneira mais pura possível, mas, não obstante, com os meios relativamente mais econômicos. Eis porque ela se volta – o que é particularmente claro no caso da moda no vestuário – sempre para as formas anteriores, de modo que se pode comparar seu caminho diretamente com a trajetória de um círculo. Tão logo uma moda mais antiga desaparece da memória, não há nenhuma razão para não reativá-la e, talvez, para deixar de sentir a atração da diferença, da qual ela vive, em relação a esse conteúdo que, por sua vez, por sua aparição, tira essa mesma atração de sua oposição à moda anterior e agora novamente reanimada. De resto, o poder da forma cinética de que vive a moda não vai tão longe a ponto de submeter cada conteúdo a si mesma igualmente. Mesmo nos domínios controlados por ela, nem todas as formas são adequadas a virar moda. Em muitas, sua essência peculiar oferece uma certa resistência. Isso se compara às possibilidades desiguais que têm os objetos do mundo aparente de tomar a forma de uma obra de arte. A idéia de que qualquer objeto da realidade seja igualmente apto a se tornar uma obra de arte é bastante sedutora, mas pouco profunda e difícil de sustentar. As formas da arte, tal como as vimos emergir historicamente, determinadas por milhares de acasos, muitas vezes unilateralmente ligadas a aperfeiçoamentos ou imperfeições técnicas, não estão de modo algum em uma altura imparcial, para além de todos os conteúdos da realidade; ao contrário, elas têm uma relação

mais estreita com uns do que com outros, muitos se adaptam facilmente a ela, como se estivessem naturalmente destinados a ela, enquanto outros se subtraem obstinadamente, como se fossem, por natureza, orientados de maneira diversa à recomposição nas formas artísticas dadas. A soberania da arte em relação à realidade não significa de modo algum, como acredita o naturalismo e muitas teorias do idealismo, a capacidade de extrair todos os conteúdos da existência de seu próprio âmbito. Nenhuma das formações com as quais o espírito humano controla a matéria da existência, dando a ela uma forma segundo seus objetivos, é tão geral e neutra a ponto de todos os conteúdos, independente de suas estruturas específicas, se ajustarem a elas igualmente. Assim, a moda pode aparentemente e *in abstracto*, sem dúvida, acolher qualquer conteúdo: qualquer forma de vestuário, de arte, de comportamento ou de opinião pode virar moda. E há, no entanto, na essência de muitas formas uma disposição especial para viver como moda, enquanto muitas outras mantêm internamente uma resistência a ela. Tudo que podemos chamar de “clássico”, por exemplo, fica relativamente afastado da forma moda, estranha a ele, embora, eventualmente, nem mesmo o “clássico” possa se livrar dela. Pois, a essência do clássico é uma concentração do fenômeno em um ponto médio imóvel; o clássico tem algo de completo, que não oferece, por assim dizer, muitos pontos de ataque em que se pudesse fixar modificações, distúrbios de equilíbrio e destruição. A escultura clássica tem como traço típico reunir os membros, o todo é absolutamente controlado a partir do interior, o espírito e o sentimento vital do conjunto integram de maneira uniforme cada parte singular deles através da coesão aparente do fenômeno. É por isso que se fala de uma “serenidade clássica” da arte grega; trata-se, exclusivamente, da capacidade de concentração do fenômeno, que não permite a nenhuma de suas partes uma relação com forças e destinos externos, despertando assim o sentimento de que essa forma escapa às influências variáveis da vida comum – como moda, o clássico tem de se transformar em classicismo, o arcaico em arcaísmo. Ao contrário, todo o barroco, o desmedido e o extremo se orientam do interior para a moda que não passa por coisas tão características como um destino externo e sim, por assim dizer, como a manifestação histórica de suas qualidades objetivas. Os membros muito salientes da estátua barroca parecem estar sempre a ponto de quebrar, a vida interna da figura não a controla totalmente, mas, pelo contrário, a abandona à relação com as contingências do ser externo. As formas barrocas, pelo menos várias delas, têm em si mesmas já a inquietação, o caráter da eventualidade, a submissão

ao impulso momentâneo que a moda, como forma de vida social, materializa. Disso advém que as formas extravagantes, muito individuais e caprichosas tornam-se facilmente aborrecidas e, por isso, pressionam, até por motivos puramente fisiológicos, em favor da mudança cujo esquema a moda fornece. Reside aqui também uma das profundas relações, que é comum encontrar entre as formas clássicas e “naturais” das coisas. Embora o conceito de natural seja tão mal delimitado e tão enganoso, pode-se, pelo menos, usá-lo em seu sentido negativo e afirmar que certas formas, tendências e concepções não têm *nenhum* direito a esse título, e são justamente elas que estão sujeitas à mudança da moda com uma rapidez muito particular, porque lhes falta uma ligação com o centro permanente das coisas e da vida que legitime a aspiração a uma situação duradoura. Assim chegou à corte francesa, por meio de uma cunhada de Luís XIV, a princesa palatina Elisabeth Charlotte, que era uma personalidade totalmente masculina, a moda de mulheres se comportarem e se deixarem abordar como homem, e homens, inversamente, como mulher. Fica claro que uma coisa desse tipo só pode ser moda porque se afasta da substância inalienável das relações humanas a que, finalmente, a forma de vida tem de retornar de algum modo. Se adianta pouco dizer que toda moda é artificial – não porque a forma vital da moda seja em si mesma natural aos seres humanos como seres sociais –, poderíamos dizer do meramente artificial, ao contrário, que ele, pelo menos, pode aparecer na forma da *moda*.

Para resumir tudo, podemos concluir que a atração peculiarmente picante e excitante da moda reside no contraste entre a vasta expansão que tudo abarca e sua efemeridade rápida e fundamental, sem esquecer o direito à infidelidade. Reside ainda no modo tanto de reunir estreitamente um círculo determinado e mostrar seu pertencimento justamente como sua causa e seu efeito, como na decisão de isolá-lo de outros círculos. Reside, finalmente, também no fato de se deixar levar por um círculo social que impõe a seus membros a imitação recíproca, e assim retira dos singulares toda responsabilidade – tanto ética quanto estética –, e na possibilidade de produzir, no interior dessas limitações, nuances originais, seja por excesso ou por rejeição. A moda, portanto, revela-se apenas como uma configuração singular, fortemente caracterizada, entre muitas outras, em que a finalidade social, assim como a individual objetivaram às correntes opostas da vida os mesmos direitos.

Tradução

Antonio Carlos Santos

Doutor em Literatura pela UFSC e professor de Estética da Unisul (Universidade do Sul de Santa Catarina).

NOTAS

1 Ensaio publicado em *Philosophische Kultur (Cultura Filosófica)*, por Alfred Kröner Verlag, Leipzig, 1919. Uma primeira versão saiu em 1895 com o título de *Zur Psychologie der Mode, Soziologische Studie (Para a psicologia da moda, um estudo sociológico)*, na revista *Die Zeit*, de Viena, e outra com o título de *Philosophie der Mode (Filosofia da Moda)*, publicada em Berlim, 1905, por *Reihe Moderne Zeitfragen*. Simmel publicou ainda, separadamente, *Die Frau und die Mode (A mulher e a moda)*, em Leipzig, na revista *Das Magazin*, em 1908, trecho que faz parte de *Philosophie der Mode*. (N.T.)

2 Simmel utiliza a palavra *tempo*, em italiano no original, no sentido empregado em música, ou seja, como velocidade e ritmo. (N.T)

3 Em francês no original. (N.T.)

4 Em francês no original. (N.T.)

5 Em francês no original. (N.T.)