RESEÑAS

GILLES LIPOVETSKY, *El imperio de lo efímero*, 1990, Barcelona, Anagrama, 336 p. ISBN 84-339-1328-X.

Manila in my mind.

114

"¿Queda algo que, al menos parcialmente, no sea regido por la moda?", se pregunta nuestro autor dándose lugar para desarrollar un exhaustivo análisis de ciertos procesos actuales, en buena medida extensivo del trabajo crítico de otros, de quienes se apartará diametralmente. Por ejemplo, recuerda a Michel Foucault cuando trata a la moda como un *dispositivo social*; pero influencia más notoria es la de Jean Baudrillard, que ha visto en la forma moda y el proceso de consumo no un epifenómeno y mera manipulación de conciencias respectivamente, sino la lógica vertebradora de la sociedad moderna. Su extraño distanciamiento se hará patente cuando sostenga que la crítica a la economía política incurre en un anacronismo al denunciar la relegación del valor de uso que tiene lugar con el fetichismo del objeto-signo.

Según Lipovetsky, los errores en el tema se remontan al siglo pasado, cuando los primeros planteamientos sistemáticos tratan a la moda en forma transhistórica, como una variación cíclica de la imitación social entre dos momentos de tradición, sin reconocerla como creación exclusiva de Occidente moderno. Esta idea, justificable mientras muchos aspectos de la vida social permanecían bajo la autoridad de la tradición, resulta insostenible "en un tiempo en que la economía, la cultura, la razón y la existencia cotidiana se hallan regulados por lo efímero y la seducción".

La debilidad del análisis clásico radicaría en que no ha sido capaz de ver en la inconstancia de la moda más que determinismo social exterior y no su aspecto principal de "exaltación *moderna* de lo Nuevo", característica de una sociedad que se libera de los prestigios del pasado.

RESEÑAS

Luego de un primer período, que se extendería desde finales de la Edad Media hasta bien entrado nuestro siglo, donde la connotación de la moda es primordialmente distintiva de clase, nos hallamos en una segunda fase, cuyo ideal supremo es parecer joven, "estar en la onda", en la que ha declinado también toda valoración expresa del futuro: el eje de la temporalidad social es el presente. "Vivimos inmersos en programas breves, en el perpetuo cambio de las normas y en el estímulo de vivir al instante."

Con la actual fiebre de novedades, la movilidad frívola se ha erigido en sistema permanente, y la moda, antes periférica ahora ejerce una función hegemónica en nuestras sociedades, en las que "el comportamiento del elector está en trance de alinearse con el del consumidor".

La *moda abierta* de esta segunda etapa está dominada por el *look* —esquisito artificio por el que lo rebuscado debe parecer espontáneo— que nos habilita para disfrutar sin inhibiciones el éxtasis de exhibir el espectáculo de nuestra renovada imagen a la carta para la admiración del Otro.

La sociedad frívola, sostiene Lipovetsky, no escapa al orden democrático, sino que lo consume, pues cree ver en "la frivolidad (el) último eslabón de la aventura plurisecular capitalista-democrática-individualista", mediante el cual "el nuevo sistema de la moda se halla en perfecta concordancia con la *open society*."

Este dominio de la moda total es culminación de un extenso "proceso de desacralización y de insustancialización de la razón" donde al final, instituciones burocráticas especializadas no sólo definen las necesidades y objetos económicos, sino que asimismo arbitran el "márketing político" y con los *media* engendran su adecuado "agente social", el *individuo-moda*, con mentalidad *chewing-gum*, cultor de un "individualismo narcisista ansioso pero tolerante, de moralidad abierta y Superego débil o fluctuante".

Entiende Lipovetsky que "el estado de gracia del mercado", transido por un "estilo de vida lúdico-estético-hedonista-psicologista-mediático", constituye la superación de la moda contestataria, donde sobrevivían los últimos vestigios de la utopía revolucionaria. "Ya no Revolución, sino entusiasmo de los sentidos. Ya no solemnidad ideológica, sino comunicación publicitaria. Ya no rigorismo, sino seducción del consumo y del psicologismo."

Además, pretende que la escuela de la bulimia consumista y su secuela de abulia política equívocamente muestran en crisis al *homo democraticus*, pues los devaneos de la moda en realidad perfeccionarían las democracias. "La moda tiene razones que la razón no conoce" y "es la condición de un movimiento de masa hacia las Luces".

Pero más desconcertante aún resulta cuando, buscando un principio de autoridad se atreva a sostener que, si bien en *De la démocratie en Amérique* no

RESEÑAS

se encuentra precisamente formulada una teoría de la moda, la fidelidad al espíritu de Tocqueville permite concluir que "por medio de las epidemias miméticas, se camina hacia una mayor individualización de los pensamientos" y que, por tanto, con la *moda plena* se "diseña el estadio terminal del estado social democrático".

Hace unos años Gilles Lipovetsky publicó su primer libro, *La era del vacío*, un gran ensayo, vigoroso, incisivo y, en tanto que generador de inquietud, provocativo, incitador a la meditación. Pero hoy, junto a éste, le reconocemos por sobre todas la virtud capital de la prudencia de mostrar sin aventurar demostrar, deslizándose con la ironía de lo expuesto la sugerencia de que quizá haya más verdad en la frescura de ciertas manifestaciones más o menos espontáneas que en el amaneramiento insustancial de ciertas estigmatizaciones *prêt-à-penser*. A aquél lo hallamos un trabajo útil, a éste fútil, encuadernación de lo que trata, el imperio de lo efímero, pero no tanto en el sentido de lo fugaz como de lo vano; es mucho más que temeraria, una obra irresponsable.

"Dios los cría y el viento los amontona"; este hermano de leche de los *yuppies*, es también emanación del *esprit du temps* que sopla en la ciudad luz, que a los 100 años de la Declaración de los derechos del hombre y del ciudadano erigiera la torre que la simboliza, y que hoy, al celebrar su bicentenario, junto a este tipo de cantores con matraca que exaltan el consumo desenfrenado como máxima vindicación de aquélla, ve levantarse los luminosos arcos triunfales de McDonalds, y pronto ofrecerá la mamandurria de su propia Disneylandia al módico alcance de un boleto de Metro.

"Sólo los idiotas no cambian de opinión", dice este hombre que en los *swinging sixties* adhería a "*Socialisme ou barbarie*". Parece de los que entonces demandaban "queremos el mundo y lo queremos ya" y que hoy deberían agregar, "pero no para transformarlo, sino para tragárnoslo". (En honor a los mejores digamos que también sobreviven algunos que "hace más de veinte años que tienen veinte años" porque prefieren "crecer a sentar cabeza".)

Este libro, entre otros valores, es buena muestra de lo ocurrido con muchos de lo que se vivieron turbados revolucionarios modernos, hoy devenidos "pos-modernos" más turbados aún por el mismo proceso que criticaban, que los ha reciclado en la deplorable versión de propagandistas ilustrados.

ALBERTO SAURET

Departamento Académico
de Estudios Generales, ITAM.