

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Centro de Estudios Sociológicos

**La moda: Determinante social para el
consumo**

Tesis

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADA EN SOCIOLOGÍA

Presenta:
Fabiola Olvera Aldana

Asesor: Pablo Armando González Ulloa
Aguirre

México, D.F. Noviembre, 2012.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

INDICE

AGRADECIMIENTOS	5
DEDICATORIA	7
INTRODUCCIÓN	8
CAPITULO I	
Y a todo esto... ¿Qué es la moda?	
1.1 Definición de moda	17
1.2 De Cleopatra a los Hipsters: Historia de la moda	33
1.3. Elementos de la moda	55
CAPITULO II	
La moda, determinante social del siglo XXI	
2.1. ¿Qué es un determinante social?	64
2.2. El cuerpo, el vestido y la indumentaria como construcciones sociales	69 73
2.3. De la Alta Costura a la escaramuza: La moda como determinante social	82
CAPITULO III	
El sentido de la distinción: consumo y moda	
3.1. Lo bello y lo feo: Semiótica de la moda	89
3.2. La tendencia: Lo que no se mueve se oxida	94
Epílogo	
La Moda pasa... el estilo jamás: el Icono.	101

CONCLUSIONES	108
FUENTES DE INFORMACIÓN	115
GLOSARIO	122
ANEXOS	123

AGRADECIMIENTOS

Con la luz, con el aire, con los seres

Vivir es convivir en compañía.

Placer, dolor: yo soy porque tú eres.

J. Guillén

Aire nuestro III, Homenaje.

La presente tesis es un esfuerzo por entender los actuales determinantes sociales del consumo a través del estudio de la moda en todo aquello que nos rodea, nuestra vida cotidiana.

Más allá de que exista un creciente individualismo por los giros y exigencias del capitalismo, esta tesis expone que el panorama no es tan desastroso como suena. La globalización y los cambios históricos han enmarcado otro modo de tener relaciones interpersonales en la vida cotidiana. La moda y las redes sociales han expuesto, que si bien, la interacción no es física se puede realizar bajo un mismo tiempo y espacio dando pie a nuevas formas de vivir, de pensar y de actuar. Es decir, la esencia sigue siendo la misma, sólo que la forma y el contenido de los hechos sociales son otros.

Agradezco en primera instancia que el Dr. Pablo Armando González Ulloa Aguirre me haya acompañado en este proceso de formación y desarrollo tanto personal como académico; atesoro todas las oportunidades que me ha brindado.

Al proyecto PAPIME, “*Creación de materiales para el estudio y enseñanza de Tendencias Actuales de la Ciencia Política*” (PE303511), cuyo responsable el Dr. Germán Pérez Fernández del Castillo, me permitió aprender y desarrollar habilidades que propongan estrategias de adelanto y mejora para impulsar el crecimiento de cualquier institución en la que me encuentre.

A Vania Pérez Morales, por el impulso que me dio durante todo este proceso, por escucharme y de algún modo, a su manera, estar ahí para mí. Siempre estarás en mi mente y mi corazón.

A la Profesora Sandra Oceja Limón, quien me introdujo a uno de los ejes más importantes de esta tesis, Norbert Elías. Su excelente clase y pasión por la cultura fueron claves para la comprensión sociológica que contiene esta tesis.

Agradezco al Profesor Gustavo de la Vega Shiota, por tomar en cuenta mi trabajo, corregir y puntualizar durante dos semestres este tema de estudio. Por su apoyo incondicional en esas tardes donde las exposiciones duraban horas para sólo decir el pequeño descubrimiento del día. Gracias por enseñarme que lo más importante de una investigación es que uno exponga su sentir y pensar de manera coherente, con bases siempre en la verdad y en la ética.

Por otro lado, quiero darle las gracias especiales a Eda Lorna Venegas quien me enseñó que las experiencias vividas están ahí, que los recuerdos permanecerán en nuestras vidas, sean dulces o amargos, comprender que eso no determina nuestra vida futura. Y que cuando en la vida se presenten momentos sombríos jamás desistir de ellos, disfrutarlos si es posible y seguir adelante. “La vida es bella en tanto uno quiera verla bella”.... Tendré siempre en la mente tus palabras.

Deseo decirle a mi familia y grandes amigos de la vida, cuando lean esto, saben que me refiero a todos y cada uno de ustedes, aquellos que han compartido una parte en mi vida y sobre todo en la configuración de ser adulto. Gracias por estar ahí para reír y llorar, más la primera que la última, saben que siempre están en mi corazón. Cada uno de ustedes me ha hecho muy feliz, gracias por enseñarme que uno nunca debe de arrepentirse de nada, ni tener en la mente la palabra “*si hubiera*”. Esta tesis es también para ustedes.

Por último, no es menos importante rescatar a Michel de Certeau con un agradecimiento a quien somos todos:

“El hombre ordinario. Héroe común. Personaje diseminado. Caminante innumerable. El ausente que les da comienzo y necesidad, me pregunto sobre el deseo a partir el cual representa el objeto imposible. Este héroe anónimo viene de muy lejos...

Es el murmullo de las sociedades.¹”

Les agradezco a todos su tiempo, espacio y cariño.

¹ Michel de Certeau, *La Invención de lo Cotidiano: Artes de Hacer Vol. 1*, México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, 2000, 225 pp.

DEDICATORIAS

“Porque uno vino aquí a construir su felicidad o infelicidad”...

Esta tesis te la dedico con
todo mi corazón.

Para ti,
María F. Olvera Aldana.

INTRODUCCIÓN

Más allá de cualquier acción sociológica, he de aseverar que esta tesis responde a preguntas personales antes que académicas. La necesidad de reelaborar aquellos conceptos que sólo sitúan la volatilidad del contexto actual, me son necesarios para responder el entorno en el que me encuentro. El recorrido de la moda tiene implícito el verdadero contenido de la tesis y no es que se trate de engañar al lector, pero debe saber, que la sociología en relación con la moda es por esto difícil.

Tan complejo estudio responde a la comprensión de la cultura. El análisis histórico acerca de la configuración, en primera instancia de un proceso civilizatorio, determinista y con miras a la prosecución de la riqueza monetaria, sólo es la careta de la litis del estudio de la moda. La nueva configuración del hombre como individuo rompe con los diversos contenidos acuñados a la cultura y la división del trabajo. La diferencia y el entorno moderno han limitado la concepción de tan variadas teorías, ampliando los diferentes debates hacia una dirección que se inserta en la vida social cotidiana. De eso habla la moda. Los modos y significados de la vida cotidiana.

Habrá que estar muy atento a comprender que la idea moda va ligada a la vestimenta e indumentaria como Carl Marx al célebre "El Capital". El consumo no es punto principal en la tesis pero ayuda a la concepción y apertura del paradigma a estudiar. Tan diverso y cambiante es nuestro entorno social que es ahí donde se encuentra la pregunta ¿por qué la moda nos mueve?, ¿porque necesitamos mirarnos al espejo antes de salir, o simplemente mirar los escaparates y comerciales día con día? El resultado tan ambivalente de la moda se observa en los estudios de la semiótica, como lo dice Roland Barthes, muestra un rudo, frío y efímero sistema capitalista en Gilles Lipovestky o puede ser una fuerte crítica contra aquellas grandes cúpulas como lo exhibe Pierre Bourdieu.

Norbert Elías ya encontraba los primeros atisbos insertados en el proceso civilizatorio, claramente distinguidos en Alemania, Francia e Inglaterra.

Los debates alrededor a la moda resaltan el hilo conductor que gira en dirección a la cultura. La introducción de la moda como determinante social confronta diversas corrientes y pensamientos los cuales serán expuestos en este estudio con fines de poder formar una teoría que nos acerque a su comprensión.

Gilberto Giménez guía el entendimiento de esta enorme categoría que debe ser pulida y entendida por el manejo tanto teórico como práctico en el que se encuentra varado. La cultura es manejada en dos sentidos fundamentalmente diferentes.

La cultura es una categoría teóricamente definida o un aspecto de la vida social que debe abstraerse de la completa realidad de la existencia humana. En este sentido, la cultura, se contrapone siempre a otros aspectos o categorías igualmente abstractas de la vida social no consideradas cultura, por ejemplo, economía, política o biología. Designar algo como cultura o como cultural equivale a postular una particular disciplina o subdisciplina académica -la antropología o la sociología cultural- o también un particular estilo o estilos de análisis: estructuralismo, análisis componencial, desconstrucción o hermenéutica. En este sentido, la cultura, en cuanto categoría analítica abstracta, solamente se enuncia en singular. En cambio siempre que hablemos de "culturas" en plural, nos estamos moviendo ya hacia el segundo sentido fundamental. En este segundo sentido, la cultura designa un mundo delimitado y concreto de creencias y prácticas. En esta otra dirección la cultura se considera como perteneciente a una "sociedad" o como isomorfa con la misma o con un grupo subsocietal claramente identificable².

La moda se apega al uso de los aspectos culturales de la vida de un pueblo o grupo social más que a las postulaciones antropológicas y, por ende, hace distinción de los aspectos que pueden utilizarse para designar la totalidad de la vida social de un determinado pueblo. El apego de la moda como una categoría teórica que alude a la cultura como un cuerpo concreto y delimitado de creencias y prácticas es el punto crucial que se ha visto envuelto en

² Gilberto, Giménez, *Teoría y Análisis de la cultura, Vol. 1*. México, Interacciones, 2005, p. 374.

diversos enfoques teóricos llevando al constante debate y oposiciones entre ciencias.

El estudio de Pierre Bourdieu cobra importancia cuando la distinción es la base primordial para la construcción de las bases sociales del gusto que mucho tendrán que ver con la educación, el consumo que este estudio refiere, es el equivalente a decir que hay una economía de bienes culturales con una lógica específica.

La importancia de entender cómo trabaja la moda es para establecer las condiciones en las cuales se producen los consumidores de "bienes culturales"³ y su gusto, al mismo tiempo para describir las diferentes maneras de apropiarse de los bienes culturales que en un momento dado que son considerados como condiciones sociales que orientan las elecciones de uso ordinario. La cultura es para la moda ese cuerpo concreto delimitado de creencias y prácticas con una coherencia semiótica en cuanto a sistemas de significados, por lo tanto es, relevante cuando Roland Barthes dice que es un sistema de significados que se inserta a través de los sentidos y funciona de forma visual y escrita en la vida cotidiana.

La determinación de la cultura en la vida social es requerida como categoría que aborda las diferencias en el espacio y el tiempo, tal como lo habla Norbert Elías en tanto conjunto de prácticas, creencias, instituciones, costumbres, hábitos, mitos, etc., construido por los humanos y transmitido de generación en generación. Esta concepción es de aspecto positivo al ser relacionado por significados de hecho relacionados entre sí, de acuerdo a estas nociones, el imaginario social específicamente la producción, circulación y usos de significados en las diferentes concepciones que asumen como misión particular la apreciación de las formas culturales analíticas hacedoras del gusto expresivo, artístico y literario.

³ La lógica del funcionamiento de los campos de producción de bienes culturales y las estrategias de distinción se encuentran en la base de su dinámica hacen que los productos de su funcionamiento, ya se trate de creaciones de moda o de novelas, estén predispuestos para funcionar diferencialmente, como instrumentos de distinción.

La complicidad con el consumo y la economía se sostiene por la determinación mediante un "determinismo material" por el campo de creatividad extendido y estudiado por Mario Bunge, la identificación material no es la principal acción simbólica de la moda pero ayuda a su construcción por medio de la inclusión de las formas simbólicas de los contextos sociales que implica que, además de ser expresiones de un sujeto, estas formas se producen generalmente por agentes situados en un contexto sociohistórico específico dotado de recursos y habilidades de diversos tipos, creando una dependencia en estos mismos con el fin de emplearlos en la vida cotidiana.

La producción y recepción de las formas simbólicas es lo que llamamos tendencia, estos procesos ocurren en contextos sociales estructurados aquello que predispone a los gustos a funcionar como marcadores privilegiados de clase, expuesto en el recuento histórico de Gilles Lipovestky.

Es decir, la cultura y la moda se unen al entender que se parte de la concepción de que es un comportamiento aprendido, el significado que constituye el campo en los modos distintos, se contraponen a supuestos fincados en el estudio de las "altas esferas" o también nombradas como "grandes cúpulas" que tienen un estilo dominante que se difunde ampliamente en apreciaciones desdeñadas y formas que básicamente son parte de la vida diaria. No sorprende que el carácter contradictorio y la ductibilidad de los significados culturales e indagando los mecanismos a través de los cuales fueron transformados los significados se entablen entorno a cuestiones que sostienen la importancia de determinaciones económicas y sociales o la centralidad de la "experiencia" para su comprensión.

La cultura es una práctica, la moda, un sistema inmerso en todos aquellos fragmentos de significados que construyen sistemas coherentes de presencia que en efecto presumen una complicidad.

Sistema y práctica son conceptos complementarios: cada uno de ellos presupone al otro. Comprometerse en la práctica cultural significa utilizar los símbolos culturales existentes para alcanzar un fin. Y se espera que el empleo de un símbolo permita alcanzar un objetivo particular sólo porque los símbolos tienen en mayor o menor medida ciertos significados que se especifican por sus relaciones -sistemáticamente estructuradas- con otros símbolos. Por consiguiente la práctica implica sistema.⁴

La importancia de la moda se remite a la dimensión cultural que tiene un lugar semiótico diferente de los principios estructurales de carácter político, económico o geográfico que informan de las prácticas, para enfocarlo, se puede trabajar fácilmente con la noción "habitus" de Pierre Bourdieu "como lo dice el término, es aquello que se ha adquirido, pero que también se ha encarnado de modo durable en el cuerpo bajo la forma de disposiciones permanentes. La noción nos recuerda entonces constantemente que se refiere a algo histórico, ligado a la historia individual y que se inscribe en un modo de pensamiento genético, por oposición a modos de pensamiento esencialistas."⁵

Hemos llegado al mundo de las apariencias, para decirlo de cierta forma, el habitus es un producto de condicionamientos que tiende a reproducir lógicas de transformaciones de las condiciones sociales de la producción de manera simple y mecanizada, un conocimiento de las condiciones para engendrar prácticas, discursos y obras que funcionan de manera sistemática, de forma lingüística como un esquema de percepción de prácticas. He ahí la dialéctica en la que la moda está inmersa. Es la invención de lo cotidiano, producto de la historia objetiva y subjetiva con disposiciones duraderas en función del conocimiento.

La semiótica de la moda radica en los modelos inicialmente imaginados, cuya realización sigue a través de una serie de objetivos, por lo tanto, sistematiza conductas que podrán relacionarse con condiciones sociales, niveles de vida y roles desempeñados. Como lo hacen las temporadas de ropa, el nuevo celular o la canción que se escucha mil veces en el radio, todo tiene un sentido que

⁴ Ibid, p. 381.

⁵ Ibid., p. 403.

propone un modelo genérico, eso es lo que llamamos comúnmente "estar de moda".

La coherencia del sistema cultural tiene que ver con la semiótica, el significado de un signo o de un símbolo, es una función de su red de oposiciones o de distinciones con respecto al sistema. Esta es una crítica de la sociedad capitalista fundada sobre el consumo de masas.

Hablamos de una dualidad, característica de las sociedades industriales creada bajo las condiciones para una nueva civilización en la cual los individuos se encuentran liberando las limitaciones que le han reducido a sobrevivir con un cierto dejo de incertidumbre desde que la red de instrumentos de control y de represión han garantizado a todo costo la persistencia de este gran sistema de dominación. "El mundo sometido a la dominación capitalista y a sus mecanismos de capacitación y deshumanización es un mundo cosificado."⁶

La inserción del proceso civilizatorio es importante al ser insertado en el imaginario social transmitiendo la existencia e inexistencia de todos aquellos parámetros de valores con los que nos regimos, miedo, asco y vergüenza, son diques psicológicos que evidencian el horror humano pronunciado en un primer momento por los sentidos. La regulación de las emociones individuales recae en los sentidos, para crear estructuras que medien las manifestaciones humanas en la vida cotidiana. Estas coerciones internas y externas han sido tan lentas y progresivas que a largo plazo se han vuelto prácticas usuales.

Tenemos tan arraigado el miedo a no pertenecer que hemos creado estructuras a lo largo de la historia, con el fin de relacionarnos, determinando o marcando un grado de diferenciación e integración. De no ser así, los cimientos de la Iglesia, el Estado y actualmente los grandes corporativos no tendrían razón de ser, la empatía con que son incorporadas y funcionan jerarquizan las atenciones otorgados a las maneras de observar las prácticas y que permitan

⁶ Herbert Marcuse, *El hombre unidimensional*, Barcelona, Ariel, 2010, p. 13.

reconocer los diferentes modos de adquisición de gustos, algunos precoces, familiares o escolares con el fin de caracterizar una cierta clase de individuos.

La moda es un producto que se reproduce por la educación, forma parte de un modo de percepción cotidiana que se impone como "legítimo", es decir, la disposición que considera la capacidad en sí y por sí misma, en su forma y no en su función, no sólo por la designación o la aprehensión en la imposición de producción como en el consumo y sus productos. Ese sentimiento de familiaridad con cierto tipo de gustos tiende a favorecer una experiencia que implica un proceso de aplicación compleja dado que no es en ningún momento exclusivo, la razón de por qué la moda es paradigmática.

El manejo entre la moda pareciera ser de eficacia casi mágica pero no es otra cosa que el poder reconocido de algunos, de saber movilizar la energía simbólica producida por el funcionamiento de todo lo que rodea, es decir, la cuestión no es saber cuáles son las propiedades específicas o incluso de saber las operaciones y las representaciones de está, es determinar los fundamentos de la creencia colectiva que transmiten y reciben un discurso. El discurso de la valoración creativa.

No resulta sorprendente el hecho de que la moda como sistema sea permanente y a la vez cambiante, el truco está en la cualidad primordial, la reincorporación, resignificación, renovación, incluso actualización constante de su propia estructura. He ahí uno de los grandes baches presentados para su estudio. Si se tiene en cuenta que éstos generalmente son sumidos para subrayar el carácter contradictorio y la ductibilidad de los significados culturales e indagando los mecanismos a través de los cuales fueron transformados los significados. Aunque por razones de uso, los individuos se remiten a decir que la moda es innovadora cuando de acuerdo a la génesis de un sistema, no puede tener cambios bruscos dadas las bases en las que se sustenta, de serlo, tendríamos que llamarlo proceso civilizatorio.

Por consiguiente, el sentido de esta determinación se realiza al usar un código que asocie los símbolos disponibles en abstracto a cosas o circunstancias

concretas y decir algo acerca de ellas, usando códigos a su vez que signifiquen algo más que aplicarlo mecánicamente en situaciones estereotipadas, la regla de la adaptación circunstancial. Recalcando la concepción de determinación no se generaliza ya que el mundo no se puede absolutizar. Las características preexistentes de las relaciones espaciales es donde se inscriben los diferentes significados atribuibles a distintos actores. "La acción cultural creativa supone comúnmente la deliberada o espontánea importación de significados de un espacio o contexto social a otro⁷".

Por lo tanto, lejos de querer entrar en contradicciones hay que tener muy en claro que:

Los actores dotados de autoridad distinguen entre prácticas culturales elevadas o bajas, o entre la de la etnia mayoritaria y las minorías, o entre las prácticas legales y criminales, o entre lo normal y lo anormal, están introduciendo prácticas muy variadas dentro de relaciones semióticas, esto es dentro de una definición en términos de contraste de unas con otras. La acción cultural de la autoridad operada desde los centros de poder tiene por efecto introducir dentro de un campo semiótico y políticamente ordenado de diferencias, las voces culturales que de otro modo serían un simple parloteo desordenado. Tal acción crea un mapa de la "cultura" y sus variantes, un mapa que muestra a la gente cuál es su lugar, juntamente con sus prácticas, dentro del esquema oficial de las cosas.⁸

Entendiendo que este mapa de la cultura explica que los grupos subordinados necesitan ser orientados en sus sistemas locales de significados hacia los reconocidos como dominantes, es decir, cuestionar los significados dominantes implica el reconocimiento de la interacción. "Esta es una constante de tal modo que uno de ellos emprenden ciertos puntos de vista, incluso cuando se modelan mutuamente entre la virtud de la lucha, resistencia, muy apartado de la idea de que la cultura carece de coherencia."⁹

⁷ Gilberto Giménez, op. cit., p. 389.

⁸ Ibid, p. 395.

⁹ Los grupos disidentes o de oposición también se esfuerzan por crear y mantener la coherencia cultural entre sus adherentes, y lo hacen echando mano de las mismas estrategias -jerarquización, encapsulación, exclusión, etcétera- que emplean las autoridades. Una vez más, resulta notable que el concepto de cultura sea utilizado políticamente de manera semejante, tanto por los grupos disidentes como por las instituciones dominantes y con los mismos efectos de exclusión, normalización y marginación observados cuando lo usa el Estado.

La moda, trabaja como un lazo que sostiene al sistema capitalista, contiene configuraciones y consistencias particulares de los mundos de sentido en diferentes lugares y tiempos también en resistencias que se mantienen unidas en algún modo, la moda es cultura pura, aceptando claro, el hecho de que tiene sus límites, que no son relativos y que probablemente están en constante movimiento. No sorprenda que el trabajo de los sociólogos consista en seguir manteniendo el estudio vivo, configurando y discerniendo de todos los significados locales y reales que determinan la manera en que vivimos nuestro día a día.

CAPITULO I

Y a todo esto... ¿Qué es la Moda?

1.1 Definición de moda

La moda en la actualidad determina las claves para entender cómo funcionan las relaciones del presente, al observar que los objetos se vuelven cada día más importantes en las actividades humanas, habría que entender por que lo están haciendo y es que su significado y los mensajes que contienen son cada vez más determinantes, están socialmente asignados por percepciones muy diferentes y que trabajan silenciosamente con manifestaciones muy precisas en la vida cotidiana dentro de las sociedades actuales.

Al hablar de moda habrá que referirse y tener en cuenta que es un sistema inmerso en el proceso civilizatorio de "larga duración", es decir ha conformado sus estructuras conforme el paso de las generaciones. Los determinantes son aquellos procesos que desarrollan movimientos dentro de tiempo y espacio diferentes.

Pierre Bourdieu expone la transición abordando que "la mejor prueba de ello es, sin duda, el inevitable fracaso al que está condenado el análisis esencialista de la percepción propiamente estética cuando, por no realizar una última reducción, omite tomar en cuenta las condiciones sociales de la posibilidad de la experiencia vívida de la obra de arte a la cuál se aplica."¹⁰

Nuestra época no es un punto final o culminante por cuanto se produzca en ella, puesto que los procesos parciales tienen dentro una transición de estructuras similares al paso del tiempo y uno de estos sobresaltos es el

¹⁰ Pierre Bourdieu, *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores, 2011, p. 65.

sistema de la moda. Para explicar mejor como se conformó este proceso es necesario introducirnos al estudio de Norbert Elías:

La línea principal de este movimiento civilizatorio, el ascenso progresivo de capas cada vez más amplias, es el mismo en todos los países de Occidente y análogo en ámbitos no occidentales, siendo también las mismas leyes estructurales que subyacen al movimiento, esto es la creciente especialización funcional bajo la presión de la competencia, la tendencia a una interdependencia homogénea que iguala a largo plazo la fuerza de todos los grupos funcionales.¹¹

Comienza dentro de una estructura llamada "virtud y frivolidad", son el inicio para la recepción y la aparición de las costumbres y hábitos de distintos aspectos de la vida social que forman claves para la regulación del control cultural visto desde los inicios de las monarquías y el desenvolvimiento de las sociedades cortesanas. La trama de los elementos represivos y de controles indirectos que inciden sobre los individuos y les convierten en portadores pasivos de los valores dominantes, históricamente pronunciados como "la nobleza y la burguesía".

Al señalar que la moda está inmersa en un proceso de larga duración, se entiende por una dialéctica explicada del siguiente modo "en un primer momento dos direcciones principales en los cambios de la estructura social: cambios estructurales en la dirección de una diferenciación e integración crecientes y cambios estructurales en la dirección de una diferenciación e integración decrecientes."¹²

Sosteniendo que la cultura se conforma por grandes estructuras que abordan comportamientos sociales, los cuáles no son expuestos en línea recta y pueden tener fluctuaciones e ir en diferentes direcciones dentro de una misma dirección.

¹¹Norbert Elías, *El proceso de la civilización: Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, México, Fondo de Cultura Económica, 2000, p. 33.

¹²Ibid., p. 30.

La moda integra a unos mientras excluye a otros en un mismo espacio, al hablar de direcciones principales, en concreto, "grupos" o "clases" que se están disputando el poder y habrán de cambiar el rumbo histórico mediante acciones que van proporcionalmente puestas a partir de necesidades propuestas por aquellos que contiendan por el poder. No podemos pensar que el sistema de la moda, al igual que en el proceso civilizatorio, existe una sola vía comunicativa. Las constantes transformaciones estructurales van de la mano del tiempo y las categorías intermedias que se observen dentro de los procesos y mezclas que se realicen.

En lo anterior, las bases de la moda son enteramente sociales y concernientes a la sociología al remitirse a un proceso cultural el cual demuestra que "la comprobación de que hay cambios en las estructuras emotivas y de control de los seres humanos mantienen la misma orientación a lo largo de toda una serie de generaciones,"¹³ de ahí que se observe como todo un proceso social que tiene referencias determinantes, la consolidación y diferenciación de los individuos, los cuales son contenidos mediante controles emotivos, planteados por diferentes autores.

No hay que remitirse a la sola idea de vestimenta e indumentaria estos son parte de los mecanismos vaciados dentro de construcciones sociales observadas en el aparato de control que regula la vida cotidiana. Se suele argumentar que el consumo exorbitante está en proporción directa a la ciencia y la tecnología las cuáles han convertido los valores en un mercado que determina las necesidades y exponencia las carencias de otros. Si bien, varios teóricos, corrientes y escuelas de la sociología exponían este inminente paso del capitalismo, no fue hasta hace relativamente poco, finales del siglo XIX principios del XX, que la masificación de la mercancía en la vida cotidiana realzó el fenómeno de la moda como una de las grandes herramientas de este cambio.

¹³ Ibid., p. 615.

La relación con la cultura que tácitamente privilegia a la moda es a fin de establecer una modificación del contenido y de la forma de interrogación pues no bastaría para determinar una transformación de las relaciones observadas. No existe ninguna probabilidad de objetivar la verdad del mismo si no es a condición de objetivar las representaciones interesadas en los determinantes sociales como los que conviven bajo el sistema de la moda.

Las composiciones que constituyen los diversos ámbitos sociales se les ha atribuido una significación universal que determina las diferencias entre los distintos grupos sociales, en un primer momento dominantes y las diferencias entre los distintos tipos de relaciones que encuentran un punto de inflexión en el nacimiento del "sentido social del gusto", primera base social de la moda con claros tintes tradicionalistas.

Este tiene un desarrollo que se volvió constante, progresista y futurista, entendiéndolo como el primer parámetro hacia la aproximación de valoración de la "autoimagen" y la "perfección", primeros acercamientos de consecuencias emocionales como la envidia y la satisfacción con vistas a determinar como la disposición cultivada es aprehendida mediante la naturaleza de los bienes consumidos y la manera de consumirlos variando según la categoría.

Explicar a la "autoimagen" como uno de los elementos principales de la moda es entendida sobre las bases de ser "una pretensión hegemónica de las naciones industriales más antiguas, gracias a un crecimiento de poder de las sociedades pre-industriales"¹⁴, tiene que ver con la resignificación social. Al comenzar entonces a plantear las bases de la moda, no se puede dejar de pensar que la prolongación y condensación se remite a la idea del "monopolio."¹⁵

¹⁴ Ibid., p. 46.

¹⁵ Se trata de una formulación, al menos mientras la sociedad siga teniendo las mismas condiciones estructurales. En el lenguaje de las ciencias exactas, cabe utilizar el término de "ley" para calificar esta situación. Visto con mayor exactitud, se trata de que, una vez, en marcha, continúa funcionando como una obra de relojería: un entramado de seres humanos en el que, gracias a sus medios de poder, compiten unas unidades y que tienden a abandonar esa situación de equilibrio (equilibrio garantizado por la presencia de muchas de ellas y por una competencia relativamente libre) para aproximarse a otra en la que puedan competir un número cada vez menor de unidades.

La estructura fundamentada en el monopolio tiene a posiciones objetivas que están en origen, entre otras cosas, de la visión que los ocupantes de cada posición pueden tener de los ocupantes de las otras posiciones, y que confiere a su forma y su fuerza propias en propensión de cada grupo a tomar y a dar la verdad parcial de un grupo como las relaciones objetivas entre los grupos.

La conservación y mantenimiento de la sociedad se hace por la diferenciación de los medios de poder que se mantienen dentro de "luchas de exclusión", este proceso de selección social, es determinante a la hora de ver las contingencias de los más diversos tipos dentro de una sociedad con muchos centros de poder y de propiedad relativamente similares al estar sometidos a la presión de la competencia de unos y otros. El monopolio de la moda parte del sentido social del gusto representado en la conformación de ideales sociales, hechos objetivos que se mezclan con los deseos e ideales dentro de una integración armónica donde todas las partes representan realidades diferentes con objetivos mezclados, con un futuro dentro de tiempos y lugares que no son más que postulados normativos, sobre el buen comportamiento.

Otra visión acerca del monopolio del sentido del gusto como base social de la moda, se encuentra en el libro "Cuestiones de la Sociología"¹⁶ de Pierre Bourdieu.

Al igual que el campo de las clases sociales y de los estilos de vida, el campo de producción tiene una estructura que es el producto de su historia anterior y el principio de su historia ulterior. El principio de su cambio es la lucha por el monopolio de la distinción, es decir, por el monopolio de la imposición de la última diferencia, de la última moda y esta lucha culmina con la caída progresiva del vencido en el pasado.¹⁷

Siendo una lucha de constante dominación el miedo a no ser aceptado es, un hecho indiscutible sobre la distribución de las estructuras como normas de integración que producen y conquistan reformulándose cada cierto período sin dejar de lado los principios de visión y división que permiten hacer las diferencias correctas y precisas en los momentos pertinentes. "Lo que se llama

¹⁶Pierre Bourdieu, *Cuestiones de la Sociología*, Madrid, Istmo, 2004, p. 266.

¹⁷ *Ibid*, p. 201.

gusto es precisamente la capacidad de hacer las diferencias entre lo salado y lo dulce, lo moderno y lo antiguo, lo romántico y lo gótico, o entre diferentes pintores, o entre diferentes maneras de un mismo pintor, y en segunda instancia, de probar y enunciar preferencias."¹⁸

Planteado esto, se puede entender por qué el sentido social del gusto es una herramienta que ayuda a la formación del monopolio. La ausencia o privación de categorías de percepción y de principios de diferenciación conducen a la indiferencia, que de manera más profunda, radicaría en la falta de interés acerca de las necesidades construcciones sociales impuestas por la educación occidental que se apega como si fuese una necesidad.

Es decir, que todos los objetos que se ofrecen a la elección de los consumidores son globalmente distintiva y permite la producción de distintas divisiones y subdivisiones en géneros, épocas, maneras, autores etc. En el universo de los gustos pueden ser reengendrados por particiones sucesivas que corresponden en gran medida con los niveles escolares y con las clases sociales, hasta lograr la frecuencia más alta en las fracciones de la clase dominante. De ahí que la pretensión cultural sea la característica de la pequeña burguesía.

Las actitudes serán a partir del poder de adoptar (o no) el conjunto de saberes necesarios para entrar en un nivel cultural que exige el sentido social del gusto, todo esto en nombre de un populismo de la estética, idea que es masificada en expectativas de ser percibida y apreciada.

Al hablar de un mundo social se obedece a leyes sociales que son propias e impositivas y que tienen apuestas sociales, luchas relaciones de fuerzas que son ideas impuestas por el grupo dominante con efectos simbólicos, económicos y consecuentemente políticos. Ejemplos del porqué son muchos: el valor de las luchas en el proceso civilizatorio son simbólicas, el arte es por excelencia simbólica; esto no se refiere a sólo pinturas y esculturas, la

¹⁸ Pierre Bourdieu, *Cuestiones de Sociología*, op. cit., p. 32.

movilización simbólica de todo este proceso también recae en las palabras, formas, expresiones físicas, gesticulaciones, emociones, etc.

La idea central es, sin embargo, bien sencilla: ha sido alcanzado el punto en que técnicamente "existen las fuerzas materiales e intelectuales para alcanzar la transformación", eliminando la pobreza el trabajo alienado y la represión. Sólo que la sociedad existen se aplica a impedir la liberación. Todo gira entorno a cómo reunir los recursos necesarios para impulsar el cambio radical siempre desde una desconfianza absoluta de la democracia.¹⁹

En todo caso el desarrollo histórico ha conformado saberes, técnicas y procedimientos que emergen siempre en dirección de supervivencia²⁰ y que tienen funciones civilizatorias particulares e institucionales. Referidos cotidianamente como sistemas clasificatorios admitidos socialmente jerarquizantes y enfrentados en conjunto a las producciones culturales que sobresalgan en el tiempo.

Señalando así que:

Las sociedades con monopolios estables son representados en un principio por una gran corte principesca o real, son sociedades en las que la división de funciones es más o menos complicada y en las que las secuencias de acciones que vincula a los individuos, son más prolongadas, mientras que también son mayores las dependencias funcionales de unas personas en relación a otras.²¹

Cabe reconocer entonces que cuanto más inmerso esté el individuo en una interdependencia habrá un aumento en la división de funciones que se extenderá de manera unitaria, ya sea funcional o institucional dominando así los efectos que los individuos puedan o no ejercer. La vida cotidiana se libera entonces de sobresaltos que se manifiestan de modo repentino, pues esta

¹⁹ Herbert Marcuse, op. cit., pp. 9-10.

²⁰ Foucault diría en *Vigilar y Castigar* por otro lado que no necesariamente se hace a partir de la dominación tiene otras variantes, por lo tanto en el contexto de las relaciones humanas, el poder es cualquier tipo de relación en la que uno intenta dirigir la conducta del otro. Estas relaciones son móviles, inestables, sujetas a modificación. Cuando quedan bloqueadas fijadas impidiéndose la reversibilidad que las caracteriza, nos encontramos con un estado de dominación.

²¹ Norbert Elías, op. cit., p. 454.

organización de control ejerce influencia determinante sobre el individuo y la sociedad, tanto si la percibe cómo si no lo hiciera.

La vida del individuo ya no es una inseguridad permanente sino una forma peculiar de seguridad. Ya no le zarandea de un extremo a otro, tan pronto agresor como agredido, vencedor o vencido, entre poderosas explosiones de alegría y terrores cervales, sino que, de esa violencia acumulada entre los bastidores de la vida social cotidiana, emana una presión continua, homogénea, sobre la vida del individuo que éste apenas percibe porque se ha acostumbrado a ella y porque tanto su comportamiento como sus sentimientos han venido ajustándose desde la niñez a esta estructura de la sociedad.²²

Lo que cambia es el conjunto del aparato que va condicionando los comportamientos y que modifica las formas de comportamiento socialmente aceptado, impuesto por el sentido social del gusto. La determinación que la autoimagen impone, tendrá consecuencias de facto en el comportamiento humano al ser coaccionante y ejercer fuerza en los individuos, modelada por un "preconocimiento" de las acciones que probablemente tendrán consecuencias positivas o negativas, marcadas anteriormente por una "autodeterminación", que complementa rasgos evidentes de cómo llevar a cabo la libertad sin afectar ninguna instancia social. "La coacción a la que se somete aquí el individuo, la lucha contra el propio cuerpo, no es menos intensa y unilateral, menos radical y apasionada que su contrapartida, esto es, la lucha contra los demás, o el disfrute de los placeres."²³

Las bases que conforman la construcción social de la moda, usan fuerzas integrantes inherentes a un aparato de control, como la vigilancia del individuo consigo mismo; no hay mejor vigilante que nosotros mismos. "Sólo hay una persona con la fuerza suficiente para obligarnos a seguir la moda: nosotros mismos."²⁴

Habrà entonces que pensarlo dos veces para entender como se ha sometido en estricta totalidad el comportamiento y conjunto de pasiones inherentes al ser

²² Ibid., p. 457.

²³ Ibid., p. 458.

²⁴ Guillaume Erner, *Víctimas de la moda: Cómo se crea, por qué la seguimos*, Barcelona, Gustavo Gili, 2008, p. 20.

humano esta labor titánica sólo se ha hecho mediante opiniones y participaciones con el otro en oscilaciones de comportamiento y hasta en las relaciones afectivas. La exigencia para entender la definición de lo que es para la investigación la moda, va entintándose cuando se observan las diferentes funciones que como aparato de control contiene: la represión y la regulación social, partes esenciales del sometimiento de las pasiones.

Las diferentes formas que la dominación toma con base en el poder van desde un proceso civilizatorio, pasando por la conformación de la aceptación social, hasta las formas más coaccionantes como el castigo. La cultura opera en diferentes formas, ante todo ejemplificadas en modo de usos y costumbres. Al llegar a esta línea se entiende que la moda ha sido conformada por bases sociales que son arraigadas por determinantes culturales como la autoimagen, la autodeterminación y la autocoacción dentro de la vida cotidiana.

La mayor parte de los productos sólo reciben su valor social en el uso social que de los mismo se hace; de suerte que no se puede, en estas materias, reconocer las variaciones según la clase más que a condición de introducirlas de entrada, reemplazando las palabras y las cosas cuyas clasificaciones abstractas recaen en los usos sociales que encuentran una determinación por medio de la costumbre.

La costumbre está constituida "dentro de la interacción que existe entre el significado y la representación, en otras palabras, no existe costumbre social alguna fuera del discurso."²⁵ Es un cúmulo de ideas que se producen en lugares, espacios y tiempos determinados, como lo serían los diferentes contextos sociales en los cuales existen especificaciones que destacan las diferencias que existen.

La vida cotidiana encierra muchas manifestaciones a partir de formas de uso social producto de usos determinados que son un tipo de fuerzas

²⁵ James Curran, David Morley, Valerie Walkerdine, "Estudios culturales y comunicación", Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo, España, Paidós, 1998, p. 45.

independientes de las relaciones en la cuales actúan de forma excluyente el problema consiste en saber que es lo que determina y como determina, el problema tiene que ver en las propiedades que son retenidas por los individuos y su focalización en su vida diaria. El placer, la angustia, el dolor y la pérdida son algunas de estas representaciones que cada vez saltan más y tienen suficiente empatía con lo dicho anteriormente.

En tanto se entienda que el sentido social del gusto va reprimiendo tensiones y pasiones que van intercalándose dentro de la "personalidad" del hombre, consolidará la idea de que la moda es una construcción social, que se entiende como un aparato que ejerce continuamente métodos reguladores que suelen resolverse dentro y fuera el individuo a partir de luchas que terminan por coaccionar a todo aquel que no esté dispuesto a seguirla.

La construcción de la moda como un proceso monopólico, autodeterminante y autoaccionante es pensado bajo las manifestaciones que históricamente se han encontrado bajo el influjo de ciertas condiciones.

Es modelatorio y reproduce mecanismos que son enfilados a la adaptación dentro de las relaciones que se establecen y constituyen en las manifestaciones favorables o desfavorables de la vida cotidiana de los individuos.

La relación autodeterminante es transmitida mediante las costumbres en modo cuasi-automático de comportamiento. Hay una fuerza progresiva como se ha desarrollado en este apartado sobre la tendencia fundamental de la especie humana la cual "impulsa directamente al hombre a mejorar sin cesar bajo todos sus aspectos, su estado o condición, sea lo que sea."²⁶ Explicar la sociedad resulta de la formación de ciertas ventajas, que por utilidad hay que transformar, y obtener en forma de concilios de necesidades.

En este sentido ubicaremos que el existir de la moda es consecuencia de causas que son únicas. Emile Durkheim lo ejemplifica diciendo "para dar a un

²⁶ Émile Durkheim, *Las reglas del método sociológico*, México, Colofón, 2006, p. 85.

gobierno la autoridad, es decir, constituir tradiciones, un espíritu común, etc.; para esto hay que remontarse todavía más alto en la cadena de las causas y los efectos, hasta que se encuentre el punto en el que la acción del hombre pueda insertarse eficazmente."²⁷ Esto se retoma en la misma vía que "las necesidades y deseos de los hombres no intervengan jamás de una manera activa en la evolución social. Por el contrario, si es cierto que le es posible, según la forma en que influyan las condiciones de que depende un hecho, acelerar o contener su desarrollo."²⁸

Durkheim esta hablando de las tendencias; la tendencia inserta cada parte dentro de un tiempo y espacio anterior a otro.

La tendencia de la disposición cultivada a la generalización no es otra cosa que la condición permisiva de la empresa de apropiación de gustos que se inscriben como si fueran exigencias de pertenencia en nuestro entorno para abrir paso al acceso de los deberes y derechos de los mismos. Es esta la razón por la cual se hace necesario el fijar atención al protocolo que nuestro círculo social nos remita, ya que este juega un efecto encubierto que nos puede asignar o bien un "status" o en su defecto un "estigma".

De acuerdo a esto la moda "es un proceso excepcional, inseparable del nacimiento y desarrollo del mundo moderno occidental."²⁹ A lo largo de este apartado se ha observado a la moda como un aparato de control, favorecido por la historia y la cultura, articulado y con denotaciones lingüísticas que son las que toman los códigos reales que actúan haciendo entonces que el monopolio del sentido social del gusto tenga por así decirlo "sentido", en cuanto a que se integra, ya que usa retórica³⁰.

²⁷ Ibid., p. 86.

²⁸ Ibid., p. 87.

²⁹ Gilles Lipovestky, *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*, Madrid, Anagrama, 2007, p. 23.

³⁰ El gusto es siempre bárbaro, cuando mezcla los encantos y emociones a la satisfacción y es más, si hace de aquellas la medida de su asentamiento.

A significados mundanos entre el vestido y la moda, esquivando en cierta manera a la moda, provoca su regresión de un estado implícito a un estado latente. La moda sin embargo, es un valor arbitrario, por lo tanto el sistema general se enuncia como un sistema arbitrario o, si se prefiere, abiertamente cultural; por el contrario la arbitrariedad de la moda se vuelve subrepticia y el sistema general se anuncia como natural, pues que el vestido ya no se presenta como signo sino como función.³¹

Esta es una característica de las sociedades industriales capaces de crear las condiciones para una nueva civilización en la que los individuos se encuentren dentro de las limitaciones que le redujeron a sobrevivir en la penuria desde los inicios de su existencia y al mismo tiempo reinsertándose constantemente en una red de instrumentos de control y de presión forjados para garantizar la persistencia de un sistema de dominación llamado moda. "La completa automatización en el reino de la necesidad abrirá la dimensión del tiempo libre, como aquel en el que la existencia privada y social del hombre se construirá a sí misma; ésta será la trascendencia histórica de una nueva civilización."³²

La legitimidad de la disposición individual está tan enteramente reconocida que nada alcanza a recordarnos la percepción propiamente sobre los diversos grados de realización dotados de un "principio de pertenencia"³³ socialmente construido y adquirido, éste es el enclave de la moda. Es el principio primordial de selección sobre como percibir y retener, entre los distintos elementos propuestos por todo un universo que distingue una particular manera de tratar a todos aquellos elementos que tengan modos de representación, en el que se expresa el modo de percepción y de un pensamiento propio de una época, de una clase o de una fracción de esta.

La moda es esta capacidad generalizada de neutralizar las urgencias ordinarias y de poner entre paréntesis los fines prácticos, inclinación y aptitudes duraderas para una práctica sin función práctica, la disposición estética no se

³¹ Roland Barthes, *El sistema de la moda*, Madrid, Paídos, 2003, p. 59.

³² Herbert Marcuse, op. cit., p. 14.

³³ Se habla de una disposición estética es una dimensión de una relación distante y segura con el mundo y con los otros, que a su vez supone la seguridad y la distancia objetiva; una manifestación del sistema de disposiciones que producen los condicionamientos sociales asociados con una clase particular de las condiciones de existencia, cuando aquellos toman paradójica forma de la mayor libertad que puede concebirse en un momento dado del tiempo, con respecto a las coacciones de la necesidad económica.

constituye si no es una experiencia del mundo liberada de la urgencia y en la práctica de actividades que tienen en sí mismas su propio fin.

El estudio de la moda por fines prácticos y de neutralización teórica tendrá una apropiación simbólica que no tiene entre otros fines que el ejercicio corporal y la apropiación simbólica de un mundo reducido a la condición de ser un sistema. Al hacer referencia al sistema se implica un proceso de información estructurada.

No es casualidad que este sistema se situó en orden de tiempo, que se realiza mediante la lucha competitiva y que acrecientan todas las acciones de una complicidad de imposición determinada por una pretensión de necesidad que preexiste a los medios de satisfacerse de forma adecuada.

Así pues, definiremos moda como:

Sistema de esquemas generadores de prácticas que expresa de forma sistemática la necesidad y las libertades inherentes a la condición de clase y la diferencia constitutiva de la posición, el *habitus*³⁴ aprehende de las diferencias de condición que retiene bajo la forma de diferencias entre unas prácticas enclasadadas y enclasantas.³⁵

Los estilos de vida son así productos sistemáticos de este habitus, que percibidos en sus mutuas relaciones de signos socialmente distinguidos. La moda es este gusto movilizado en toda búsqueda intencional de coherencia y de enclasmamiento. De acuerdo a esto, la moda dispone de técnicas cuya finalidad es resignificar los objetos y darles el poder, el lugar y la imagen, para poder obtener funciones fijas de conocimiento que se transmitirán por palabras de generación en generación.

Habrá que profundizar en el vestido y la indumentaria para entender la historia, estos se rigen por las funciones determinantes, la cuáles son sociales al ser progresivas y ante todo orientan la percepción de las imágenes a través de la

³⁴ El habitus es una estructura estructurada, el principio de división de las clases lógicas que organiza la percepción del mundo social y que es a su vez producto de la incorporación de la división de clases sociales.

³⁵ Pierre Bourdieu, *La distinción*, op. cit., p. 202.

mirada y así poder regular la emotividad analítica de los instrumentos que desembocan en el consumo cuasi-mecánico en la actualidad.

Otra exposición de por qué la moda es un sistema, se puede leer a través de la recopilación que hace Joanne Entwistle, donde se expone:

La moda es un sistema de vestir caracterizado por una lógica interna de cambio sistemático y regular, como expone Wilson, 'la moda es el vestir cuya característica principal es la rapidez y el continuo cambio de estilos: la moda en cierto sentido es cambio'. Igualmente, Davis añade que 'es evidente que cualquier definición de moda que intente captar lo que la distingue del estilo, de la costumbre, del traje convencional o aceptable, de las modas más generalizadas ha de hacer hincapié en el elemento del cambio que con frecuencia asociamos al término'.³⁶

La moda se ha desarrollado bajo circunstancias sociales e históricas específicas, ha desarrollado los instrumentos para diferenciarse entre cada época, es decir, existen distinciones entre los trajes en la época social feudal en Europa y de las comunidades tradicionales de hoy en día, al definir a la moda en la actualidad se tiene que pensar en la dinámica económica, industrial y tecnológica, ya que es también un sistema de diferencias, de posiciones diferenciales, es decir, por todo lo que distingue de todo lo que no es y en particular de todo aquello a que se opone.

La moda es un término general que se puede usar para referirse a una serie concreta de arreglos para la producción y distribución de la confección. La mayor parte de los historiadores como Bell y teóricos culturales como Wilson aceptan que el sistema de la moda se refiere a una industria en particular, a un sistema único y especial para la producción y el consumo de ropa que nació de los desarrollos históricos y tecnológicos en Europa. De hecho, dado el ímpetu del cambio sistémico inherente en el concepto de moda, se han desarrollado relaciones de producción muy particulares. La frase "sistema de la moda" tal como se emplea en muchos libros se refiere a la relación entre la fabricación, la

³⁶ Joanne Entwistle, *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Barcelona, Paídos, 2002, p. 64.

comercialización y la distribución de la confección a los vendedores minoristas.³⁷

Entendiendo estas posturas, la moda es un sistema que se encuentra en las sociedades modernas que cuenta con relaciones propias de producción y consumo, regidas por los diversos contextos actuales, los cuales se encuentran en todo tipo de sociedades en tiempos y espacios que son diferentes y que se caracterizan por cambios regulares y sistemáticos, que se llevan a cabo por ciertos términos que provienen de estructuras y que se prestan a variaciones de significantes.

El gusto es el quién se encuentra en la base de la moda, es un ajuste de todas las características asociadas con cada persona que la antigua estética recomendaba para el "refuerzo mutuo,"³⁸ que se aporta a innumerables informaciones que se suministran en una persona ofreciendo una especie de placer que corresponde a las resultantes del gusto como operador práctico de las trasmutaciones de las cosas en signos distintos y distintivos, de las distribuciones de continuas transformaciones.

³⁷Ibid., p. 65.

³⁸Las condiciones en las que se ha producido el *habitus* no coinciden con las condiciones en las que funciona y en las que es posible aislar de entre ellas la propia eficacia, es el gusto, *el gusto de necesidad* o *el gusto de lujo*, y no unos ingresos más o menos fuertes, el que impone la práctica objetivamente ajustadas a estos recursos. El *habitus* el que hace que se tenga lo que te gusta porque gusta lo que se tiene, esto es, las propiedades que de hecho resultan atribuidas en las distribuciones y que de derecho resultan asignadas en los enclavamientos.

1.2 De Cleopatra a los Hipsters: Historia de la moda.

La moda tiene sus inicios en el alba de la historia. Como se ha sostenido, hablamos de un sistema de regulación social, que se puede divisar no sólo cuando hablamos de las monarquías, o del siglo XX y XXI y sus intensos cambios; va más allá de la forma de vestido. Si bien hablamos de un proceso moderno con nacimiento occidental, habrá que remontarse a épocas antiguas para poder entender el por qué de este sistema y sus comienzos coaccionantes.

La forma de vestir cambió poco a lo largo de la historia del antiguo Egipto y cuando se introducían nuevos estilos o prendas, se utilizaban junto con los antiguos. Al principio la mayoría de las prendas tenían una forma sencilla, básicamente triangular a causa del extremo calor, la ropa debía ofrecer tres cualidades: ser holgada, ligera y sencilla. No se admitía la desnudez completa, ya que se consideraba inmoral para todo aquel que no fuese niño, esclavo o plebeyo.

Las proporciones de la ropa eran similares, aunque diferían en los aspectos que realzaban: los vestidos de las mujeres se caracterizaban por ser de talle alto, mientras que la ropa de los hombres resaltaba las caderas, la distinción social en sus primeros momentos.

En XVII dinastía egipcia se dio un giro y se mezclaron nuevos "estilos" de ropa, tal vez como una prueba clara y tajante de la conformación de los diferentes cambios religiosos que fueron sumamente radicales. A la par de estos cambios encontramos al primer "ícono" femenino (hay escasos, hablando de Egipto): Nefertiti y sus seis hijas.

Son representadas siguiendo las mismas características que hoy atribuiríamos a iconos eróticos: cinta estrecha, y caderas y muslos redondeados. En algunas de las estatuas y pinturas encontradas en las tumbas, Nefertiti lleva un vestido largo y ajustado, cubierto en una túnica plisada, con amplias mangas que

llegan hasta el codo. Un cinturón por debajo del pecho forma una línea estilo imperio, y un collar de cuentas adorna el escote.³⁹

Esta focalización hacia la mujer no quedó ahí, los incesantes cambios y la imagen produjeron efectos dentro del gobierno, como lo hizo Cleopatra VII, ataviada de joyas y de un guardarropa, que según los rumores históricos, era de proporciones míticas, conformado con vestimenta a base de hilo de oro para los funerales, pasando por la ropa del diario, al esplendor religioso y vestidos de guerra.

En cuanto a los hombres no hubo cambios dramáticos, "los faraones aparecen a veces representados con una cola de león colgada de la parte trasera de la falda, y los soldados llevaban en ocasiones una falda de rayas o con trozos de tejido ceñidos,"⁴⁰ tal vez hubo variaciones en las longitudes, pero eso era proporcional al rango que tenían dentro del grupo al que pertenecían en la sociedad egipcia. Los cambios más drásticos que se dieron en la vestimenta fueron las secuelas que dejó la conquista de Siria. Explicar esta época tiene un por qué importante, pues un sirio solía ser asociado al término "tejedor."⁴¹

Los conocimientos que poseemos acerca del modo de vestir proceden de las estatuillas, de las pinturas en las vasijas y de los frescos, que aportan pistas, aunque no revelan con exactitud la forma de vestir. Las imágenes como de la diosa serpiente proporcionan cierta idea de la indumentaria femenina, y una muestra del modo de vestir masculino de esa época se puede apreciar en diferentes dibujos, cómo en el que se ve en Cnosos (rey sacerdote), en la forma en que es retratado, con una corona de lirios con tres plumas (rosa, púrpura y azul), un cinturón rojo y blanco muy ceñido a la cintura, una falda corta de piel.⁴²

Esta muestra del modo de vestir es proporcional al concepto "*corte*"⁴³ creado en la antigua Creta por los minoicos."El sombrerero es otro elemento que,

³⁹ Bronwyn Cosgrove, *Historia de la moda. Desde Egipto hasta nuestros días*, Barcelona, Gustavo Gili, 2005, p. 17.

⁴⁰ *Ibid.*, p. 19.

⁴¹ Primeros indicios de lo que ahora conocemos como modista, eran personas que ayudaban a la confección de la vestimenta de los jefes o bien de la vestimenta de guerra.

⁴² *Ibid.*, p.33.

⁴³ Cantidad de tela o cuero, necesaria para hacer un vestido, calzado u objeto, manera de ver como esta confeccionada una prenda de vestir. El traje, es un ejemplo de corte.

según se cree, tuvo su origen en Creta."⁴⁴ Por otro lado, las mujeres utilizaban una prenda corta un poco similar a lo que hoy en día conocemos como la falda mucho más largo llamado delantal los cuales llevaban bordados aún más estilizados con motivos decorativos y de varios colores, estrechadas sobre capas y colores que iban desde blanco, rojo y marrón con sus respectivas combinaciones, en tiras muy ceñidas y con telas que eran estampadas y parecían tener relieves (tableadas).

Los minoicos son los primeros ligados a los conceptos "lujo y elegancia"⁴⁵, los cuáles persisten, como las herramientas del sentido social del gusto. Colores como: el rojo amarillo, azul y púrpura, se implantaron especialmente en las mujeres, que al paso del tiempo, fueron adoptados por toda la población y agregados al estilo y vestimenta griega al llevar la invasión de estos. "Los historiadores suelen afirmar que Grecia fue para Roma lo que París para Europa en los siglos XVIII y XIX: el centro del arte y estilo. Sin embargo, con relación a la indumentaria, la antigua Grecia no puede aspirar a igualarse con París."⁴⁶

Tal analogía se debe a que los griegos llevaban prendas sencillas, recortes simétricos o en pocos casos asimétricos, donde el cosido era de dimensiones mínimas; de hecho en la imagen mental que se tiene de los griegos y su vestimenta cotidiana aparece como si sólo estuviera envuelto o con un cierto drapeado⁴⁷, el cuál no era demasiado ostentoso y más bien parecería fácil de hacer. En las tradiciones griegas, la manera en que los hombres y las mujeres se colocaban la ropa no se hacía con el fin de diferenciar un margen de estilo personal o lo que ahora llamamos individualidad.

Observando el paso del vestido y la indumentaria, bien puede entenderse que desde los egipcios hasta los griegos, la ropa era de pocos cortes usadas tanto por hombres como por mujeres, diferenciados sólo por los detalles biológicos y

⁴⁴ Ibid., p. 34.

⁴⁵ El lujo y la elegancia se asimilan como la exclusividad a precios elevados fuera del alcance de la mayoría, pero también a tener objetos o la vivencia de experiencias fuera de la corriente popular. El lujo y la elegancia son todo aquello que se sale de lo habitual para las personas, resultando algo absolutamente personal y relativo. No obstante lo que prevalece y se quiere inculcar es que el lujo y la elegancia son la representación de lo exclusivo y en consecuencia de lo extremadamente caro.

⁴⁶ Ibid., p. 35.

⁴⁷ Con muchos pliegues.

de ideología que existían entre los hombres y las mujeres. Los esclavos y los niños no son de suma importancia dada la jerarquía patriarcal de muchas civilizaciones.

Las piezas usadas para el encubrimiento del cuerpo, comenzaron a marcarse en los brazos que se dejaban al descubierto, fuera el izquierdo o el derecho. Se sujetaban, ya fuera con alfileres, broches o fíbulas, es decir hebillas o broches de hierro, de algún metal precioso etc., en presentación menor sería el bronce con el único objetivo de sujetar a la par las vestimentas.

La llegada del "chitón", tela que era de uso cotidiano, homogeneizó a la sociedad griega, diferenciándola sobre cortes. El descubrimiento de la túnica llamada "podere dórica", dio un brinco en la configuración de la elegancia; aparte de ser bordada, iba acompañada de joyas y de un chal confeccionado con los mejores hilos, era la obra por excelencia de los grandes tejedores. Las telas finas adoptaron la forma y caída de pañuelos los que eran cruzados de manera diagonal mostrándose como sinónimo de poderío, de lujo.

Ahora bien, tras la muerte del poderoso Alejandro Magno y la entrada del período helenístico, se dio un peculiar cambio en la vestimenta. La introducción del algodón a la vestimenta griega, la seda, las hebras de oro y plata procedentes de la India, fue suficiente como para causar un revuelo en todos los motivos decorativos, cortes y adornos los cuales eran metálicos. "La indumentaria de la época helenística destacaba la individualidad de la persona fue un período de prosperidad para los griegos gracias a una economía mercantil floreciente, y los lujosos géneros empleados para confeccionar la ropa reflejaban la riqueza del momento."⁴⁸

En diversas pinturas, se encuentran todos aquellos objetos que eran usuales, retratados con más precisión en la vestimenta de las musas. Las túnicas y faldas cortas comenzaron a tener una forma particular en "T", habitualmente en

⁴⁸ Ibid., p. 47.

los estilos griegos se encuentran las túnicas que llegaban hasta el tobillo y que presentaban estampados geométricos.

A la caída de un gran imperio, surge el nacimiento de otro y con ello, el vestido y la indumentaria continuaron transformándose.

La indumentaria romana era una amalgama de la que utilizaban sus precursores: había recibido influencias de la ropa de los etruscos y los griegos, y, en menor grado, de algunos elementos procedentes de los territorios conquistados. Los romanos dividían sus vestimentas en dos categorías principales: la indumentaria, conjunto de prendas que se pasaban por la cabeza y que sólo se quitaban para dormir, y el amictus, vestimenta que se enrollaba o se drapeaba alrededor del cuerpo.⁴⁹

En el territorio donde se situaba el Imperio romano condujo a los grandes pasos de la moda, el concepto "temporada"⁵⁰.

Las prendas se orientaron hacia estaciones y condiciones ambientales específicas. Los tejidos y los colores diferenciaban la ropa de los hombres de la de las mujeres; la ropa de mujer tendía a estar hecha con materiales ligeros, como algodón y seda de la India, y en gran variedad de colores, como azul, amarillo y rojo intensos, así como verde mar y rosa claro. A diferencia de la ropa de hombre, la indumentaria de las mujeres de Roma experimentó pocos cambios. La prenda indispensable era la estola. Al principio se fabricaba con lana, pero más adelante estuvo disponible en algodón y en hilo. Las mujeres ricas llevaban estolas de seda. Más holgada que la túnica, la estola era una prenda que llegaba a la altura del tobillo y tenía mangas amplias. A menudo se sujetaba con cierres y se ceñía en dos puntos: debajo del pecho, con un cierre llamado cingulum, y en la cadera, con un succinta, un cinturón ancho.⁵¹

Dentro de los comienzos de la República "los hombres de Roma vestían con sencillez: sólo llevaban una falda corta. Se conocía con los nombres de subligaculum o licinium, se hacía de hilo y se anudaba en la cintura. En

⁴⁹ Ibid., p. 72.

⁵⁰ Período de tiempo propio de cierta época, no de manera permanente o bien tiempo durante el cual sucede alguna cosa o se realiza habitualmente, como la primavera-verano u otoño-invierno de los diseñadores de ropa.

⁵¹ Ibid., p. 73

tiempos del imperio, sólo se permitía utilizar esta prenda a los atletas y a los obreros; éstos la llevaban debajo de una túnica."⁵²

De ahí, el que Roma se ligue en el imaginario social con la toga, la cual contiene significados sociales bastante importantes ya que los extranjeros, las mujeres y los esclavos tenían prohibido llevarla por su simbolismo político.

Era una prenda reservada a los ciudadanos romanos, en especial a las clases acomodadas. Al igual que ocurría con la túnica, la decoración de la toga, su color y su forma denotaban la posición social de quien la llevaba. El lugar que un ciudadano ocupaba en la sociedad (ya fuera candidato a un cargo público, general o emperador) era algo sobre lo que no cavia la menor duda si se observaba el color de su toga y la manera en que ésta le envolvía el cuerpo.⁵³

En la transición del Imperio romano, dentro del periodo Bizancio, la prenda más habitual eran las bizantinas, una túnica en forma de "T" idea que viene de la vestimenta griega a la que se incorporaron tejidos de colores vivos, flecos, borlas y bordados con adornos de joyería.

El protocolo prescribía para cada ocasión todos los detalles de la indumentaria del emperador, el vestido, la corona y las joyas. Así, por ejemplo, sólo la realeza podía vestir con el color purpura real. La elección de este color se inspiraba en el purpura de la toga picta de los emperadores romanos. Las técnicas de fabricación del tinte purpura eran un secreto celosamente guardado por las manufacturas imperiales.⁵⁴

Las mujeres vestían una simple estola romana y en ocasiones especiales dos a la vez, no existían demasiados cambios en su vestimenta; usaban estolas o mantos, en algunos casos confeccionaban un tipo de velo que se dejaba caer por detrás de la cabeza y algunas otras se lo acomodaban a manera de que les tapara el brazo.

⁵² Ibid., pp. 74-75.

⁵³ Ibid., p. 76.

⁵⁴ Ibid., p. 86.

Los hombres por otro lado, cuando eran de clase alta, solían vestir a la manera de Roma, las capas de ropa se colocaban con afán de ocultar la forma del cuerpo. La manera de lograrlo consistía en ponerse ropa interior, normalmente una túnica blanca de manga larga, ajustada y que llegaba hasta las rodillas o hasta los tobillos.

El salto que nos permite dar la ropa interior nos lleva a la Edad Media, donde se habían desarrollado estilos de vestir propios y exclusivos; hubo innovaciones las cuales llegaban como pan caliente del "lejano oriente"⁵⁵. En la época de las cruzadas se dio otro salto importante, ya que el uso de los botones comenzaba a tener auge, pues sujetaba la ropa de forma duradera.

Los historiadores de la moda sitúan el surgimiento de estilos nacionales diferenciados en la Edad Media, época en la que aprecian por primera vez preferencias individuales por distintos elementos de la indumentaria, como son el color, los tejidos y los accesorios. Las personas de relevancia social empezaron a llevar prendas que lucían divisas con motivos o emblemas personales que servían para identificar a una familia.⁵⁶

En la alta sociedad de esta época se acostumbraba llevar una túnica interior y otra exterior, la primera más corta que la otra y la segunda era amarrada a la altura de la cintura, las personas que portaban estas prendas llevaban forros de piel, seda o de alguna tela con algún color llamativo, casi siempre dorado. Mientras que los campesinos, siervos y obreros, vestían holgado para poder hacer movimientos bruscos cuando trabajaban, los hombres se vestían en ocasiones muy especiales con un corte de tela que simula al pantalón pero muy bombacho. La Iglesia por otra parte exigía a sus integrantes togas casi iguales a las actuales.

⁵⁵ Concepción Occidental que designa al continente Asiático.

⁵⁶ *Ibid.*, p. 102.

Las mujeres acomodadas llevaban una vestimenta más refinada, como faldas acampadas, tan largas que barrían el suelo, y hechas de géneros pesados como el brocado. Se subía la cintura hasta debajo del pecho, punto en el que se añadía un cinturón ornamental para destacar esa zona del cuerpo. Las partes superiores estaban muy elaboradas, y la mayoría de las mujeres lucían un escote alto. Las mangas podían ser sencillas y ajustadas o estar muy trabajadas; otras veces se forraban con piel, y las había muy anchas y tan largas que llegaban hasta el suelo. Alrededor del siglo XIV, las mangas se decoraban con puños dentados, efecto que, según algunos historiadores de la moda inspiró la invención posterior del encaje.⁵⁷

En 1348, aparece la peste bubónica afectando considerablemente a Occidente, dejándolo con hambruna consecuencias políticas y sociales de proporciones estruendosas. Por eso mismo el cambio de vestimenta no se hizo esperar la extravagancia cubrió Europa como sólo se hace cuando se siente que se ha perdido todo. Las faldas se alzaron, se ciñeron los cortes y se dejaron claras las siluetas que tanto tiempo se trataron de cubrir, la indumentaria fue ganando terreno y espacio en la vida cotidiana.

La clase social y el oficio determinaban el tipo de ropa que debía utilizar un hombre en la Edad Media. En los siglos XIII y XIV, solía llevar a una túnica (cota) de manga larga que llegaba a la altura de la rodilla; encima, un vestido holgado de mangas amplias, a veces con un cinturón, y encima, una sobrecota sin mangas, que caía holgadamente hasta los tobillos cubriendo el cuerpo. Esta prenda estaba abierta por los lados y tenía un corte en la parte frontal. Entre los diferentes tipos de sobrecota se encontraba el ciclas.⁵⁸

Se comenzó a portar una prenda que tenía encajes exteriores, con escotes de diversos tamaños, los cortes ensancharon la cadera. Los grandes y pomposos vestidos no se hicieron esperar, la monarquía había llegado. Hasta finales de la Edad Media, no es posible reconocer el orden mismo de la moda. La moda como sistema, con sus sacudidas, sus extravagancias.

⁵⁷ Ibid., p. 104.

⁵⁸ Ibid., p. 105.

No fue hasta los siglos XIX y XX que la indumentaria se encarnó en la moda como el escenario de las innovaciones formales más aceleradas, caprichosas y espectaculares, el esplendor con que ahora la conocemos y se maneja de manera tan cotidiana, tuvo sus inicios en ésta etapa histórica. "Durante este gran período, la apariencia ocupó un lugar preponderante en la historia de la moda."⁵⁹

Desde el fin de la Edad Media hasta nuestros días, los comportamientos individuales los valores y las invariantes constitutivas de la moda no han cesado de reproducirse, la moda en estricto sentido se impone esencialmente por la aparición de un tipo de vestido radicalmente nuevo, diferenciado en razón de sexo.

Para comprender la difusión de la moda como sistema, habrá que profundizar en los códigos con los que comenzó su poder claramente expuesto en las "leyes suntuarias", que tenían como objetivo regular el consumo desde los alimentos hasta la ropa y adoptaron una serie de formas, desde actas parlamentarias hasta proclamaciones de los monarcas y ordenanzas locales.⁶⁰ Alexis de Tocqueville expone el funcionamiento de estas leyes, el cuál explica los procesos de cómo se configuró la igualación de las apariencias introduciendo novedades de forma continua en un orden de apariencias tradicionales y de distinciones entre los diferentes grupos que a su vez marcaron los contextos.

Las leyes suntuarias como toda ley, tenían sus estados de excepción: "una regla rígida una práctica blanda."⁶¹ En consecuencia al ser regulados esos símbolos de posición material se prestaron a una mayor revisión; la moda encuentra un doble proceso que aboga por una ascensión económica de la burguesía y por otro lado un Estado Moderno. "La moda cambia sin cesar pero no todo en ella cambia."⁶²

⁵⁹ Gilles Lipovestky, op. cit., p. 28.

⁶⁰ Joanne Entiwistle, op. cit., p. 114.

⁶¹ Ibid, p. 208.

⁶² Gilles Lipovestky, op. cit., p. 33.

El cambio de la moda concierne en todo caso ante los elementos que se creen más superficiales como la indumentaria. Un ejemplo es la peluca tuvo su auge dentro del estilo "a la francesa", está tenía el mismo corte en los ornamentos, los tonos, las cintas y encajes, los detalles de forma, los matices de ancho y largo, es decir, la vestimenta se sometió cada vez más a un discurso moralista el cual dio paso a la expansión de la estética, la alta costura apoyó a realce de la individualidad y la distinción.

En la lógica social la inestabilidad de la moda se basa en las transformaciones sociales que se produjeron en el transcurso de la segunda mitad de la Edad Media y que no dejaron de ampliarse bajo el Antiguo Régimen, el cuál se basaba en el proceso de aumentar el poder económico de la burguesía que favoreció los reconocimientos sociales, los cuáles radicaban en imitar en signos y pensamientos a la nobleza.

La búsqueda de las maneras de ser y de aparecer está basada en una constante innovación a modificar los monopolios de las reglas tradicionalmente fijadas y registradas. A partir de esta cuestión, la multiplicación de modelos en el vestido dio una mirada a los modistos que hasta ese momento no tenían presencia imponente. El modisto encontró las líneas que auguraban lo que en la actualidad sería una carrera con una motivación millonaria a partir de la "diferencia".

Las bases se construyeron en la Edad Media, por los códigos que comenzaron a ser las bases actuales, la revolución en la moda es en el siglo XX. Nunca una época se había distinguido de las anteriores tan drásticamente en el vestido y la indumentaria, como lo hizo el siglo XX, en conjunto y respecto a todo aquello que le procedió.

Desde los egipcios los cortes de las telas que cubrían todo el cuerpo se posicionaron. En el siglo XX la longitud de lo que conocemos hoy en día con el nombre de "falda" tuvo un gran impacto en la historia de la moda occidental, dando pie a que en un mismo tiempo y espacio los individuos puedan llevar diferentes cortes y formas geométricas. Lo que se esconde atrás del vestido es

una liberación y expansión de contenidos los cuáles navegan ante los ojos del estudio de la semiótica. Un gran acontecimiento va de acuerdo a la idea de género, la cuál dio oportunidad de portar ropa que en ese tiempo sólo era de uso masculino, un ejemplo son los pantalones precursores del término "unisex"⁶³.

En siglos anteriores el que una mujer usara esta prenda era de mal gusto, y se consideraba inmoral, sobre todo porque los pantalones simbolizaban netamente el trabajo, idea que era siempre asociada al género masculino. Las prendas han podido ser semiconfeccionadas, ponerle adornos que se adecuen a la tela, de hecho, si el lector observa a su alrededor podrá entender que esta práctica es todavía de uso común, el ahorrarse el trabajo de cortar la ropa de la camisa, la falda o el pantalón podían ser distinguidos y diferenciados con sólo ponerle un toque individual.

Uno de los precursores de lo que hoy conocemos por tendencia y moda, fue el inglés Charles Frederick Worth quien originalmente creó la conocida "alta costura parisina" con la que transformó drásticamente la moda hasta entonces por la confección de vestidos, según los deseos de cada cliente y al mismo tiempo diseñar colecciones de su autoría, presentadas a las damas de la alta sociedad para solo apropiarse el molde a la figura de la persona cuando pedía la 'colección' que Worth presentaba. "De carácter muy individualista, Worth, trasladó a la realidad sus visiones sobre la belleza y la elegancia. Así consiguió hábilmente convertir al modisto en diseñador y al sastre en artista."⁶⁴

Esta ingeniosa y precisa idea generó cambios de significado en la confección del vestido comenzó a diseñar para reinas, princesas, actrices y mujeres burguesas. "El gusto de Worth servía como canon entre la alta sociedad y sus diseños, siempre conformes a la época, aquellos que siguieron siendo determinantes en la alta costura hasta entrado el siglo XX y tuvieron influencia de manera persistente en las creaciones de los diseñadores más jóvenes."⁶⁵ La gran importancia de este personaje radica en ser el personaje que hizo un punto de inflexión en la relación símbolo y significado teniendo como base el

⁶³ Destinado tanto para hombres como para mujeres. Sirve para ambos sexos sin distinción genérica.

⁶⁴ Gertrud Lehnert, *Historia de la moda del siglo XX*, Barcelona, Könemann, p. 10.

⁶⁵ *Ibid.*, p. 206.

diseño textil. El incluir la diferenciación a partir de la imitación de sus colecciones es el primer paso hacia el nacimiento del status y la marca como actualmente lo conocemos y portamos en nuestra vida cotidiana.

La moda cumplió una de sus primeras funciones al insertarse en la sociedad como aparato de control teniendo un realce mayor en las mujeres, no sólo por que los conceptos estética y belleza nos llevan a una representación mental inmediata de la figura femenina. La moda ligó el éxito económico desde un primer momento y la riqueza de bienes los cuáles se convirtieron en símbolos como lo son las marcas a través de la figura femenina, se convirtieron en sinónimo de riqueza. La renovación de lo estético y la capacidad de juzgar la belleza desde los efectos prácticos, se configuró en el sistema de la moda y se mantuvo bajo ideas tradicionalistas, cultivando el ideal de lo bello o agradable como la "cintura de avispa" que hasta la actualidad contiene un aire de elegancia y estilo, claras señales de que para portar una prenda de este tipo se necesitaba un éxito económico relevante ya que la riqueza de bienes se convirtieron en símbolos como son las "marcas", es decir las mujeres fueron los primeros símbolos que exhiben un nivel económico alto.

Más allá de la belleza natural el "corsé" nos permite develar la idea de belleza corporal ligada al consumo de una indumentaria contenía ideales de belleza.

El "corsé" garantizaba esa línea en forma de S en el cuerpo de la mujer. Hasta principios del siglo XX, desde una perspectiva en perfil, la dama elegante parecía estar dividida en dos partes: por un lado, el pecho y, por el otro, la parte inferior del cuerpo, separados por una mitad casi imperceptible y la cintura, y el estomago y las ceras quedaban recogidos fuertemente. Tuvieron lugar fuertes protestas contra esta convención del vestir, que entroncaron con los intentos reformadores sociales y artísticos de 1900.⁶⁶

⁶⁶ Ibid., p. 12.

La expansión de los primeros códigos del sistema de la moda fueron en 1903, cuando se construyeron los talleres Vieneses, una especie de comunidad productiva, formada por artistas de Viena, cuya idea consistía en alcanzar la armonía entre todos los aspectos de la persona y su exterior, a través de una nueva arquitectura y mediante la creación de muebles, tapices, porcelana, vestido e indumentaria de uso cotidiano.

Al ser tangible esta idea se tenía un aspecto bastante homogéneo pero conforme la práctica y la convivencia del día a día, las ideas de belleza difundieron un tremendo progreso ganando cierta empatía que simulaba elegancia se encuadraron hacia una evolución preponderante de la moda, los toques que denostaban diferencia seguían siendo los de ornamentación, las formas, pliegues y líneas se adoptaban como si se tratase de un exquisito oleó.

Durante la Primera Guerra Mundial, este estilo geométrico fue desbancado por un estilo floral más pronunciado. Los vestidos y todos los otros productos elaborados en los Talleres Vieneses se caracterizaban por la destreza artesanal, la alta calidad de los materiales, la concepción artística y una funcionalidad concreta. Aunque se disolvieron en 1932, su estética no debe olvidarse.⁶⁷

La época de la que hablamos marcó la historia por los alcances que tuvo la guerra, se gestaron grandes cambios, los marcados en la preguerra y su aversión clara hacia el corsé las cuáles no fueron por razones de salud o estética, estuvieron determinados por la baja de soldados en la guerra y el primer contacto social de las mujeres en el trabajo sin ser mal visto, es decir el vestido dio paso a la transformación de las ideas y el progreso ya que el contexto histórico necesitaba una revolución de ideas en ese momento preciso. El siguiente precursor que consolidó el sistema de la moda fue "Paul Poiret quién tenía la determinación de renovar la moda desde un punto de vista puramente estético."⁶⁸

⁶⁷ Ibid., p. 14.

⁶⁸ Ibid., p. 15.

Paul Poiret, comenzó a eliminar del mapa el corsé, con diseños innovadores que hasta ese momento no eran del todo aceptados, trabajó la idea de que el corsé no realzaba la verdadera belleza que, al contrario parecía una armadura. Esta idea corrió como pólvora entre los grupos de poder, el mensaje simbólico con el que se manejó su pensamiento estuvo muy ligado a la idea de liberación. Las corrientes orientales en los diseños de Paul Poiret llevaban un folklor y una historia unidos por estilos nuevos y particulares. La selección minuciosa de las telas marcaron estándares existentes que persisten hasta nuestros días.

El terciopelo y la seda determinaron en un primer momento la confección de delicadas muselinas, tejidos finísimos y reticulares basándose en colores drásticos para su época las cuáles evocaban a un desafío social que hasta ese momento se atreviera a ponérselo con la certeza de que no pasaría desapercibida.

La expansión de la idea libertad dentro de la confección, era un reflejo de lo que sucedía en los ámbitos políticos, sociales y económicos. La nueva paleta de colores rosas, rojos, verdes y amarillos, contrastaban con otros intensos. Mientras que la paleta de colores usados durante siglos por las ideas recatadas tanto morales pero sobre todo éticas que se encontraban en el imaginario social, comenzaron a ser la comidilla del pueblo, las habladurías.

En el entorno social, el morbo, el señalamiento y en enjuiciamiento, han conducido a la vergüenza. Paul Poiret es un personaje importante en la moda por esta aportación, el ser exuberante, usar colores intensos y la opulencia, generó un cierto exotismo entre quienes ocupaban todos aquellos colores, formas, líneas y cortes que hasta el momento hacían pensar que aquellos que las usaban habían perdido el juicio.

Desde Paul Poiret hasta nuestros días, esta idea sigue siendo una de las construcciones sociales más importantes, el realce de estas ideas las retomó Mariano Fortuny, español que residía en Venecia y escuchó las ideas del escandaloso Poiret. Mariano Fortuny exploró cortes de vestimenta que remitía

a la época griega, la increíble habilidad con la que contaba hizo que explorara el terciopelo, una tela bastante difícil que, además de pesada, tenía entretejidos de dibujos bordados procedentes del lejano oriente.

A partir de la ola de transformación proveniente de Asia, las faldas sufrieron ciertos procesos como el estrechamiento y acortamiento de éstas, comenzando a divisarse la parte de los pies, la proyección era de un cambio concreto y severo de tal modo que era bastante obvio que el cambio de siglo trajo consigo nuevas ideas y por lo tanto nuevos determinantes.

Los vestidos ya no eran pesados y de difícil manejo ahora consistían en dos partes llegando al cuello, en la noche era bien visto usar vestidos vaporosos y de grandes escotes con la excepción de ser usado en los bailes, el simbolismo místico que existe acerca de la noche se reflejó en los vestidos. La idea de la elegancia, es y ha sido un determinante del buen vestir, pero los inicios de los grandes no siempre provienen del mismo círculo. Se dice que el traje usado para montar caballos, fue el gran precursor del traje sastre, que en su tiempo no era bien visto ponérselo, ya que sólo era para distinguir a los trabajadores y ni siquiera se pensaba podía ser un deporte.

La inspiración que trajo la Primera Guerra Mundial, se reconoce en tanto desarrolló muchos cortes, confección de abrigos y chaquetas que fueron un día diversos y ahora son de uso muy cotidiano, en 1917 la llamada crinolina de guerra hizo famosa a la francesa Jeanne Lanvin, quien para los años veinte preparó el diseño, es decir, hacia la modernidad.

Al igual que la arquitectura de la Bauhaus, que todavía se considera una muestra insuperable en cuanto a formas y construcción, la moda de los años veinte también alteró de manera esencial todas las modas posteriores: líneas rectas y precisas, estructuras visibles, funcionalidad vinculada a un valor estético propio, se encargan de que esta moda con variaciones que perduraron en la moda cotidiana actual.⁶⁹

⁶⁹Ibid. .p. 19.

A la par del cambio en la indumentaria, vestido, colores y los cortes, se gestaba una nueva conciencia individual y por lo tanto, una conciencia respecto al cuerpo, los ideales de belleza sobre la apariencia cambiaron radicalmente; las mujeres ya no debían destacar sus curvas o tener una cintura diminuta, ahora el cambio se hacía en la altura y la delgadez.

Dejaron de llamar la atención las curvas, ahora lo estrecho en todo sentido (senos, pies, brazos y caderas, piernas largas), configuró el simbolismo de un cuerpo bello, fue la forma de masculinizar a la mujer sin que hubiera reprimenda por parte de los grupos de poder el cuerpo dejó de tener la forma curvilínea difundiendo cambios con el propósito de la masificación en la fabricación y confección menos costosa a partir de vías comunicativas rápidas y de uso rudo que contiene movilidad para todo aquel que lo necesite. "Lo que en época de Poiret había sido una moda cómoda, aunque extraordinariamente opulenta, para elegantes damas acaudaladas, en este momento evolucionó hacia el vestido moderno para la mujer moderna y activa."⁷⁰

La producción en grandes cantidades no creó resistencia en el mundo de la confección, y el mundo comenzó a disfrutar de la posibilidad de ir siguiendo las tendencias a bajo costo.

Es que las mismas líneas de la moda se habían democratizado bastante. Todas las mujeres llevaban vestidos cortos y rectos, zapatos con correa y sombreros con forma de olla. Si no se miraba de cerca, no era posible distinguir un vestido confeccionado con tejidos económicos, mediante el sencillo procedimiento industrial, de un vestido realizado con telas de primera calidad y un trazado sencillo, siguiendo un diseño exquisito.⁷¹

El cuerpo se manifestó en este punto como un elemento de la moda, la exhibición del cuerpo ya no correspondía a los ideales de mujer recatada, sumisa y educada para servir sólo en casa etc., la resignificación de la identidad y lo que significa en apariencia la mujer giro hacía la construcción social que conocemos hoy en día, como ocurrió en 1920 cuando Coco Chanel, uno de los personajes más controvertidos de todos los tiempos impuso que la

⁷⁰Ibid., p. 21.

⁷¹Ibid., p. 23.

tendencia de que toda mujer que trabajará al igual que un hombre debe de tener un vestido negro, una clara trascendencia política de la energía erótica y la forma social de la cooperación y solidaridad en el establecimiento del mundo social.

A finales de los años treinta se personificó a la "*femme fatale*". Los patrones de consumo empezaron a cambiar con el aumento de la riqueza en la clase alta, la cual ya no era ocupada sólo por monarcas las grandes familias adineradas dueñas de grandes empresas manufactureras, expandieron y dieron la oportunidad de comprar a bajo costo, y poder emprender así el camino de la ostentación social, la emulación empezaría a compartir un modelo explicativo para observar la revolución consumista a escala social. Filtrando medidas a órdenes inferiores los cuales consumen modas de élite en un intento de copiar o emular a sus "mejores".

A medida que la moderna sociedad comercial arrasaba el antiguo orden agrario y concentraba el trabajo en las ciudades, trajo consigo nuevas fuentes de posición social independientes de la tierra y de la sangre, ahora determinadas por el dinero. El ideal no mostraba los atributos femeninos ni las curvas, hacía parecer a las mujeres como ninfas que muestran su lado infantil a modo de seducción, las "lolitas" son el ejemplo perfecto de esta visión erótica.

Representando la nueva clase en potencia, una forma de emular las relaciones con los nuevos objetos se hacía representando la virtud de "ser moderno", difundir la idea en la población poco a poco comenzó a dar frutos pues el estilo de vida se impuso como un nuevo modo de ver la vida. El consumir dio la oportunidad de estar en lo que se considera exquisito, no sólo en la vestimenta y la indumentaria, también en la literatura, la música, la arquitectura, los estilos de peinado y maquillaje fueron abiertamente expuestos a todo aquel que quisiera pertenecer a la conformación de la nueva élite masificada.

Se podía distinguir a la clase trabajadora de la clase alta en la relación simbólica de la indumentaria que acompañó hasta hace relativamente poco a la identidad de las clases sociales, los avances en la producción en serie, "junto a

la creciente opulencia de la clase trabajadora, hicieron que la moda llegara a un número de personas más extenso que nunca, lo que supuso que las fronteras entre las clases sociales en el estilo ya no estuvieran tan claras."⁷²

Se implantó un cambio de formas, que iría revolucionando en el transcurso de las décadas, la figura femenina seguía siendo muy delgada, pero adquirió muchos contornos que simulaban a las musas griegas. En el transcurso del siglo, la focalización de la moda en la vida cotidiana formó y propuso los talles que se debían llevar, el simbolismo tuvo su auge con cinturones delgados, ya fueran de piel o de la misma tela que el vestido.

Las faldas se ciñeron en las caderas cada vez más estrechas, y muchas veces presentaban un movimiento oscilante debido a la forma de campana que daban los pliegues, parte importante para conseguir las formas que los códigos del siglo XX exigían.

El denominado vestido princesa contribuyó decisivamente a extender el nuevo ideal de figura. Era un vestido de una pieza, estrecho y cerrado hasta arriba, que llegaba a la pantorrilla, con costuras a lo largo y adornado con lazos o con un cuello pequeño, lo que le confería un aspecto formal y algo retrogrado. Si se llevaba por la noche, podía tener un escote profundo. En estas ocasiones, el vestido solía llegar hasta el suelo y, a veces, terminaba en una pequeña cola, elementos que dotaban a la mujer de una apariencia majestuosa.⁷³

Junto al vestido se impuso la combinación de falda y blusa, porque resultaba muy práctica durante el día, sobre todo en el caso de las mujeres que trabajaban en una oficina, considerado como símbolo de éxito profesional que sin lugar a dudas dio al sistema de la moda el arma más completa de distinción mediante los grados o titulación, es decir, se piensa que las personas mejor vestidas son aquellas que poseen más bienes y por ende más educación.

Aún así, es significativo que en la época de escasez económica, las formas angulosas y los patrones geométricos a lo largo de las décadas consecuentes parecieran obsoletos y se buscaran líneas nuevas que sustituyeron la seriedad

⁷² Joanne Entwistle, *op. cit.*, p. 165.

⁷³ Gertrud Lehnert, *op. cit.*, pp. 34-35.

funcional por el "glamour"⁷⁴, así como por prendas ligada a la tradición nacional, casi desprovista de adornos. La neutralización o la absorción de las fuerzas realizadores que operan en los sectores técnicamente más desarrollados del capitalismo no es solamente un fenómeno artificial, es un proceso de producción que no modifica la estructura fundamentalmente capitalista está política de represión global, de que depende la capacidad de rendimiento del sistema de la moda, puesta a prueba cada día.

En la Segunda Guerra Mundial la moda se reconfiguró estableciendo las bases para que el prestigio de los grandes diseñadores obtuvieran fama mundial, predominó una tendencia que ya se podía apreciar desde 1920 hasta nuestros días. Había un gran número de diseñadores con grandes dotes comerciales y sobre todo, mucho aplomo a la hora de crear sus diseños, desde 1940 tenían la posibilidad de considerarse en el mercado internacional.

Elsa Schiaparelli es una de las figuras más controvertidas en la historia de la moda. Consideraba la moda como un arte y, por tanto, imposible de desvincular de la evolución de las artes plásticas contemporáneas, sobre todo de la pintura. Colaboró con artistas de la talla de Salvador Dalí. El surrealismo le sirvió como fuente de inspiración básica y supo darle forma mediante la tela y la lana. De este modo, consiguió realizar unas creaciones muy particulares.⁷⁵

Entre las transformaciones y la expansión de la moda Nina Ricci introdujo la moda para caballero, la diferenciación se configura por las palabras "dama y caballero" impuesta en 1980 se enfocó en fabricar objetos de piel y accesorios selectos, así como perfumes y cosméticos exclusivos para hombres, éxito que fue aplaudido por los grupos minoritarios de aquel entonces.

Sin embargo, mientras la alta costura se ha asociado a un pequeño grupo élite, las etiquetas de moda en el diseño se comercializaron para que llegarán a un número más amplio de personas a través de las colecciones denominadas

⁷⁴ Encanto sensual que fascina, se trata de un tipo de belleza que es sofisticado y elegante, el glamour se popularizo entre las décadas de 1930 y 1950, a partir del aspecto físico de varias estrellas de Hollywood, el glamour se ve reflejado en la presencia de estas actrices gracias al trabajo de peluqueros, maquilladores, diseñadores que desarrollaron vestidos de gala y de alta costura. Este modelo de belleza está asociado con el lujo y la elegancia.

⁷⁵ Ibid., p. 39.

"prêt-à-porter"⁷⁶ (listo para llevar) lo que llevo a la alta costura a un público tan extenso como nunca había sucedido antes. La consolidación de los diseñadores a nivel mundial orillo a los mismos a tener algún sello que los diferenciara unos de otros, de ahí el nacimiento de la marca como un símbolo.

Las marcas como Christian Dior, Giorgio Armani y Calvin Klein, que habían sido exclusivas, se pusieron al alcance de una clientela mucho más grande y las podían comprar los jóvenes urbanos profesionales (los llamados yuppies), así como los hijos de la clase trabajadores, que puede que no tengan la prenda auténtica, pero sí una buena réplica de la misma comprada en una parada de mercado. Además, la industria de la moda actual está dirigida para producir los últimos estilos de la pasarela casi tan pronto cómo son mostrados. La democratización de la moda empaña de nuevo las diferencias entre una "elite" moderna y la masa consumista.⁷⁷

En los años noventa el papel de la moda se encuentra el esplendor al igual la tecnología se masificó y comenzó a posicionar códigos a partir de la tendencia de la nueva vida moderna.

La población comprendida entre los 15 y 30 años son hijos del 68 y como tales también postulan una actitud nueva respecto al estilo de vida. La música tecno y la ropa de materiales plásticos muestran que la fiebre ecológica de hace unos años se ha calmado. Así, mientras que para unos la protección del medio ambiente se ha convertido en algo obvio, para otros el reciclaje es fuente de enojo.⁷⁸

La moda tiene significados muy amplios dentro de la elección o mejor dicho en mecanismos reguladores, realizados en funciones de criterios subjetivos asociados al sentido social del gusto, las implementaciones de las ideas a partir del imaginario de diseñadores revolucionarios reconocieron los objetivos de adaptación del estilo de vida requerido por el contexto. Por un lado, la recesión, el paro, las guerras, el nacionalismo por el otro, una globalización

⁷⁶ Es la democratización y globalización de la moda, devela los intereses de los consumidores que no quieren verse vestidos igual que miles de personas pero que tampoco pueden o quieren pagar fortunas por un traje a medida. Así el cliente que quiere comprarse un traje puede elegir entre varios tipos cortes, esta vía es la mejor manera de renovar el armario sin pagar grandes sumas de dinero. Esta forma de producir moda es más sostenible que la Alta Costura da una identidad al individuo, da la opción de cambiar o añadir elementos no sólo en el momento de comprarla sino a lo largo de la vida útil de la prenda.

⁷⁷ Joanne Entwistle, op. cit., p. 166.

⁷⁸ Gertrud Lehnert, op. cit., p. 98.

casi imposible de seguir en el aspecto político, cultural y tecnológico, son los factores que determinan las perspectivas actuales del siglo XXI.

La experiencia de comprar en los centros comerciales nació cuando los primeros apasionados de la moda se sintieron tentados de entrar en estos selectos establecimientos. A finales del siglo XX, estas tiendas empezaron a agruparse alrededor de una calle que todavía hoy continúa distinguiéndose por sus propuestas de tendencia, como la Quinta avenida o la zona de Polanco.

En la actualidad comprendemos bien los efectos de la moda, tanto por las series de televisión como el cine, por no mencionar las revistas que nos enseñan de sobra los extremos a los que pueden llegar los individuos.

Asimismo, parecen dar pie a cierta frialdad como cualidad indispensable, al menos en los espacios urbanos. De un modo inaudito hasta este momento, los medios informativos y el sector de las comunicaciones se han convertido en elementos muy importantes que influyen en la cotidianeidad de la vida en la población mundial. La percepción del mundo viene determinada por una serie de imágenes en tropel, nacidas de la técnica, que en muchas ocasiones llevan a confundir la realidad virtual con la auténtica, la moda se ha establecido en sedes más importantes que propagan el consumo en cada temporada, la masificación de consumo París, Milán, New York, Tokio, son lugares configurados para expandir los símbolos y significados concernientes a las ideales procesados por los grupos de poder. Que claramente han pasado a manos de los emporios de inversión privada.

Los medios de comunicación de masas tiene pocas dificultades para vender los intereses particulares como si fueran los de todos los individuos. Se caracterizan antes por la conquista de las fuerzas sociales centrífugas que por la tecnología, estableciendo las posibilidades que deben estar al alcance de todas las sociedades las cuales expresan la tendencia actual. El hecho de que la gran mayoría de la población quiera la distinción entre conciencia falsa y verdadera, es un interés real e inmediato que se hace válida en si misma.

En esta sociedad el aparato productivo tiende a expandirse a medida que determina no sólo las ocupaciones, aptitudes y actitudes socialmente necesarias, sino también las necesidades y aspiraciones individuales. La tecnología sirve para instituir formas de control social y de coherencia social que se remiten a la eficacia, esta tendencia a la totalización parece afirmarse en varios sentidos creando similitudes en el desarrollo del capitalismo.

1.3. Elementos de la moda.

Siguiendo las bases, consolidación y mantenimiento del sistema de la moda, el lector entenderá que no es esa concepción básica de ser sólo "ropa".

Según palabras del escritor inglés Carlyle, el ser humano, en tanto que "animal que nace desnudo", necesita vestirse del calor y del frío, así como de la lluvia, nieve y los rayos del sol. Pero si sólo fuera cuestión de protegerse contra las condiciones ambientales, nos bastaría con unas pocas prendas de vestir para toda la vida. De hecho, desde el principio, la ropa también ha desempeñado la función de ataviar a las personas y diferenciarlas. Las primeras muestras de "vestidos" o "trajes" indicaban claramente la pertenencia a un grupo determinado. El traje por ejemplo, se caracteriza por la inmutabilidad, de modo que permite muy poca libertad a la persona que lo lleva, aunque sirve para identificarla como miembro de un grupo concreto."⁷⁹

El vestido y la indumentaria se vuelven la nueva piel, el prestigio y residencias de los sentimientos, el deseo o la envidia, sirven actualmente de parámetros para crear los signos en la moda. El desnudismo sólo es bien visto en pinturas o en el teatro, ya no es bello el cuerpo por sí mismo, se ha cambiado la anatomía por las palabras que toman a su cargo objetos reales ya constituidos como el vestido dándole una significación.

La ética de la belleza, que es la misma de la moda, puede definirse como la reducción de todos los valores concretos, los 'valores utilitarios' del cuerpo (energético, gestual, sexual) a un solo 'valor de intercambio' funcional, que resume por sí solo, en su abstracción, la idea del cuerpo glorioso, consumado, la idea del deseo y del goce; por tal motivo, naturalmente, los niega y olvida en su realidad para agotarse en un intercambio de signos. La belleza no es otra cosa que un material de signos que se intercambian.⁸⁰

El cuerpo trasciende más allá de las razones biológicas y se mezcla con la indumentaria. Un ejemplo serían las fotografías en donde la moda, despliega todo aquello que tiene para decir, recrea lo natural acomodándolo en lo

⁷⁹ Samuel Smiles, *Vida y trabajo, o caracteres peculiares de los hombres según su laboriosidad cultura y su genio*, Madrid, Sopena, 1987, p. 70

⁸⁰ Jean Baudrillard, *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*, Barcelona, Plaza & Janés, 1974, p. 190.

sintético, es un proceso que no sólo es hablado es enunciado verbalmente el estándar de cuerpo y forma, es ahí donde el hecho de que en la publicidad y la moda son un instrumento que conjura un proceso de sublimación y conjuración del cuerpo en su evocación misma. Los objetos más insignificantes se vuelven parte de la vida cotidiana encontrando un modelo de cuerpo/objeto, impregnando todo el campo preparándolo para el consumo.

El cuerpo adopta un punto de vista operacional que implica mucho más que una mera resticción en los individuos, significa un alcance en todos nuestros hábitos de pensamiento ya no se permite emplear como instrumentos de nuestro pensamiento en sentido particular y superficial, los objetos crean lógicas que tienen reglas rigurosas, bases constituidas por una red de signos, que pueden variar dependiendo del tiempo hasta intercambiar significaciones, claramente envueltas en una relación, que al final recae en el "valor-consumo" crea un valor y poder que depende de múltiples estructuras culturales que atienden a las trayectorias históricas que conforman una mirada fija y que adopta actitudes que reducen posibles equivocaciones en el entorno.

Ejemplificando la idea desarrollada: "desde la higiene al maquillaje, pasando por el bronceado, el deporte y las múltiples 'liberaciones' de la moda, el redescubrimiento del cuerpo pasa en primer lugar por los objetos. Parece incluso que el único impulso verdaderamente liberado es el impulso de compra."⁸¹

Todo tiene un contraste, por decirlo de alguna manera así como para el amor existe el odio y no siempre existen en el mismo "calibre", la modernidad ha promovido y estimulado la normalización de los ciclos de cambio constantes. La movilidad de formas, ideas, palabras, símbolos, vestido e indumentaria van de acuerdo a la funcionalidad y servicialidad en el sistema que constantemente produzca y propague en función de la expansión, ésta es una de las grandes claves para entender por qué la moda ha sido tan exitosa.

⁸¹ Ibid., p. 193.

El convencionalismo de los modales de la fotografía remite, según parece, al estilo de las relaciones sociales que favorece una sociedad a la vez jerarquizada y estática, donde el linaje y la "casa" tienen más realidad que los individuos particulares, definidos ante todo por sus relaciones de pertenencia, donde las reglas sociales de conducta y el código moral son más manifiestos que los sentimientos, las voluntades o los pensamientos de los sujetos singulares, donde los intercambios sociales, estrictamente reglados por convenciones consagradas, se cumplen en la obsesión del juicio de los otros, bajo la mirada de la opinión pronta a condenar, en nombre de las normas indiscutibles e indiscutidas, y están siempre dominados por la preocupación de dar de sí la mejor imagen, la más conforme al ideal de dignidad y de honor.⁸²

En la época moderna la moda es un camino que determina a los individuos, la posibilidad de expresarse dentro de un marco lógico, como las costumbres, los hábitos y la aprensión a los objetos, tiene un punto de inflexión e importancia sólo cuando se le dota de significado que sostenga y destaquen para poder interactuar. No podemos suponer que el consumo pueda apostar todo hacia una sola circulación de bienes y un solo sentimiento satisfactorio de las necesidades pasadas, todo lo contrario, esta constante introducción de ideas tiene el fin de que el mercado pueda echar a andar todas aquellas diversas propuestas y ponerlas en competencia.

La moda y la publicidad están conectadas por el consumo, esencial razón que encuentra dos puntos para una eficiente relación, expuestos de la siguiente manera: "la una hace saber lo que hay; la otra justifica la importancia de obtenerlo, pero ni la publicidad funcionaría sin la lógica de la moda, ni ésta podría dictar la ley sin alguien que se encargue de que esa ley funcione."⁸³

Entender a los elementos de la moda es estudiar dos principios fundamentales:

1. La novedad con respecto a una situación preexistente.
2. La conciencia de que se trata de algo pasajero y efímero.⁸⁴

⁸² Pierre Bourdieu, *La distinción*, op. cit., p. 62.

⁸³ Tornero Pérez, José Manuel, et. al., *La seducción de la opulencia. Publicidad, moda y consumo*, Barcelona, Ediciones Paidós, 1992, p. 50.

⁸⁴ *Ibid.*, p. 63.

La moda no atiende sólo a lo moderno, la consolidación empieza dentro de otra forma y base social que debe de aceptarse tal cual es. Hablamos de una predisposición positiva hacia el cambio y la transformación de los sujetos y el entorno en el que se ubican, no plantea problemas originales, sólo trata de despojar y darle valores retóricos para alcanzar de inmediato los códigos vestimentarios en los cuales se forma la vida cotidiana de los individuos.

Anteriormente se ha estudiado que la moda se expande dentro de la revolución industrial occidental como uno de los principales elementos para que exista una convivencia dentro de nuevos contextos. Da cuentas sobre la movilidad social, registra lo que se puede y lo que se espera provocando respuestas que ponen en marcha una serie de factores determinantes explicados por la "novedad". Esta diferenciación comienza bajo lineamientos hechos mediante bases históricas.

1. Los símbolos que representan unas relaciones fijas entre castas sociales pierden su importancia en el nuevo contexto urbano.
2. La posibilidad (real o teórica) del individuo de moverse en la pirámide social provoca un aumento masivo de los fenómenos de imitación y de creación de modelos sociales.
3. Una clase (la burguesía) empieza a establecer y definir ex nihilo sus criterios y sus gustos, basados esencialmente en la exaltación del presente o futuro inmediato y en la ostentación de un prestigio social recientemente alcanzado.
4. El declive de las económicas familiares, en donde el derroche de dinero y recursos era abiertamente condenado, y el paralelo aumento de las posibilidades de simbolizar las posición social, limitada antes por unas normas legales y/o morales, favorece la visión cada vez más aceptada de la novedad, una novedad que es un escalón, un signo más de la expansión natural de la humanidad.
5. El aumento de la capacidad productiva, mediante la utilización de técnicas en continua renovación, y un sistema distributivo que aprovecha las mejores condiciones de transporte, genera una producción masiva de objetos industriales y su presencia en un mercado que se hace cada vez más accesible. Y en tiempos relativamente cortos ⁸⁵

Paulatinamente, los bloques que sostienen las bases de las relaciones sociales sostienen principalmente símbolos de pertenencia siempre atendiendo a las apariencias y la esencia del deseo, ahora bien, en el sistema capitalista la

⁸⁵Ibid., pp. 64–65.

imagen dejó de ligarse con la "casta" o el "linaje", ahora la imagen recae en el estatus, el entorno se vuelve una función demostrativa de la distribución de objetos dentro de un tiempo inmediato, manifiesta la disponibilidad económica y la situación que marca el éxito ó el declive del individuo en la sociedad.

La industria es el esfuerzo encaminado a crear una cosa nueva, con la finalidad nueva que le es dada por la mano moldeadora de quien la hace empleando material pasivo (bruto); mientras que la hazaña, en cuanto produce un resultado útil para el agente, es la conversión hacia sus propios fines de energías anteriormente encaminadas por otro agente a algún otro fin.⁸⁶

Concretamente la indumentaria ha influido en la circulación y difusión de la moda, se analiza bajo diversos puntos de vista, corrientes y disciplinas pero, siempre estará bajo análisis tales indumentarias que se consideran indispensables. La noción de novedad está mal expuesta ya que al hablar de un sistema no es posible la existencia de un cambio completo como lo sería la novedad, el mecanismo que utiliza la moda es a base de la imitación obteniendo un elemento de causa efecto, fenómeno que es estudiado y que tiene importancia en la forma en que son llevados los ritmos y las marcas de consumo, ya que las necesidades no son para todos las mismas.

La etiqueta con la que se le clasifique lleva a una descripción mental que sólo se puede explicar dentro de los hechos que contienen las palabras, la que no está hecho de lenguaje no hay lenguaje que le sirva. Un objeto dentro del sistema de la moda es lo que queda después de lo dicho y que ya estaba ahí desde mucho antes que nosotros lo nombramos o, al menos supiéramos para qué servía.

El cúmulo de fenómenos que se ven difundidos y aplicados cotidianamente en los diversos escenarios del tipo publicitario o mediáticos van de acuerdo a las proporciones que la influencia de los medios de comunicación auguren, el éxito de la moda en la sociedad actual. Puntualmente las transmisiones verbales e imágenes, las que conforman los gustos que hay en diversos ambientes y que

⁸⁶ Thorstein Veblen, *Teoría de la clase ociosa*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004, p. 45.

aun así distan unos de otros, la sociedad es diversa y los espacios no son los mismos para todos, el ámbito de la vida de cada persona desde lo económico, sus ideas, proyectos de vida, historia familiar, etc., pues varían según los contextos.

Si bien en los siglos anteriores era un poco más lenta esta transmisión y exposición de lo que era socialmente aceptado, los medios culturales fueron moviéndose cada vez más en el sistema de la moda provocando una gran eficacia observable en cada momento, sin necesidad hacer demasiados movimientos. La moda avanza, abordando diversos territorios; uno de sus grandes logros es que al ser un aparato de control tiene mecanismos que no son iguales a los que conviven normativamente en la vida cotidiana. "Una moda se difunde, pero el hecho de que se deba difundir y que en efecto se difunda, es ya una forma de moda."⁸⁷ Ubiquémos esto como un juego de ajedrez:

El sistema de la moda define "la sociedad de consumo", como este nuevo marco lógico de relaciones de poder y dominación, teniendo un principio fundamental, el hacer que la sociedad se fortalezca en aspectos económicos y políticos ofreciendo las oportunidades de satisfacer los deseos e impulsos más próximos e inmediatos, crea la necesidad de tener necesidades.

La moda, es muy rígida para dar juicios certeros y precisos navega entre un mar de símbolos y constantes cambios que parecen ser superficiales y efímeros, pero realmente tiene una estructura bastante fuerte que estudia al pasado para poder imaginar y crear la nueva tendencia y entonces determinar que se consumirá dentro de los próximos 6 meses. Al entender la importancia del pasado pasa a ser una función y un enclave que comprender el sistema por el que se rige la moda si bien vivimos en estas estructuras, la semiótica es la clave para entender la función que claramente plantea el rechazo hacia lo que quedó atrás y el éxito del porvenir.

⁸⁷ Tornero Pérez, José Manuel, et. al., op. cit., p. 67.

La función especial de la moda se debe al hecho de que se trata del medio más adecuado para crear y perpetuar esta ilusión de movilidad dentro de una inmovilidad relativa: la moda inventa y renueva arbitrariamente no sólo las formas actuales y los gustos, sino también las jerarquías de estatus y los deseos a satisfacer.⁸⁸

Hoy en día las principales proposiciones de la moda direcciona las funciones que sancionarán socialmente a todo aquel que no este dentro del sistema de la moda, engañando a la mirada acerca de la exclusión de la vida cotidiana. La coacción que utiliza el sistema de la moda presenta una gama y diversidad de gustos que a medida que se cumplan, premia con diversas actitudes y nombramientos dentro de los diversos grupos sociales donde el individuo tenga movilidad.

La moda coacciona debido a que tiene la función de determinar el poder y estructurar todas aquellas acciones que tomarán si algún acontecimiento brusco llega a pasar. De llegar ese momento habrá que tener entonces en cuenta y bien definido que la coerción, es aquel llamado a la utilización de cualquier tipo de condicionante en el comportamiento de los individuos.

La sensación de pertenencia radica en el "estar" en un tiempo, la moda controla y dirige plazos que dan la ilusión como anteriormente se había planteado, de ser participe en los acontecimientos actuales. Se podría ejemplificar con el juego, ya que nos remite a estar dentro un espacio, tiempo y una estructura pero sobre todo, por el contenido de saber muy adentro nuestro imaginario que el jugar, tiene un límite, pero sobre todo es ficticio.

El tiempo de la realización de un deseo es inevitablemente el presente; entonces la moda se expresará siempre con este tiempo verbal. Lo más importante, al observar un desfile sobre la moda del próximo verano, no es tanto esa proyección en el futuro, sino la revelación en el presente: no tanto el "será así", sino más bien el "lo veo ahora".⁸⁹

⁸⁸ Ibid., pp. 68–69.

⁸⁹ Ibid., p. 70

La moda ha estado ligada al placer de ver pero también al placer de ser visto, de exhibirse a la mirada de los demás es el aparato que genera juicios estéticos y sociales, estimulando las observaciones más o menos agradables sobre la elegancia y el estilo que portan los demás. Estos son agentes que han autonomizado el gusto, la moda es sólo una escena desde donde apreciar a los demás individuos, es un determinante social.

Estar en la novedad se ha convertido en fuente de valor mundano es una marca de excelencia social que exige el seguir lo que se hace de nuevo y adoptar los últimos cambios del momento. El presente se impone como eje temporal que rige un aspecto superficial pero prestigioso de la vida de las grandes élites. El gusto por el cambio es influencia determinante de grandes principios que rigen los tiempos de la moda que implican el mismo desprecio por la dignificación de las normas del presente social la radicalidad histórica de la moda instituye un campo social del espíritu moderno, emancipado de la influencia del pasado, lo antiguo ya no se considera venerable.

La unanimidad crítica que provoca la moda es todo salvo accidental, tiene sus raíces en lo más profundo del proceso del pensamiento e inaugura la propia reflexión filosófica acerca de las metas alcanzar y la "libertad" que como individuo decimos tener. La belleza puede ser así simultáneamente un don de la naturaleza y una conquista de mérito, una gracia de naturaleza, justificada por ello mismo y una adquisición de la virtud, justificada por segunda vez, que se opone tanto a los abandonos y a las facilidades de la vulgaridad como de la fealdad.

Así, la experiencia de los elementos de la moda se presentan con toda evidencia como una posibilidad para los miembros de la pequeña burguesía y de la burguesía que concediendo el mismo reconocimiento a la misma representación de la conformación y de aspectos de oportunidades para vivir el cuerpo bajo el modo de la gracia y el conocimiento de su propia capacidad. Todo lleva a pensar, que la lógica conduce a percibir a los grandes de manera muy general y que la autoridad sea del orden que sea, encierra un poder de

seducción razón por la cuál se ha deformado la imagen corporal es un efecto de la imposición de la autoridad.

Es posible comprender que tanto las preferencias de espacios como universos posibles estilísticos existen, los bienes de lujo están predispuestos para expresar las diferencias sociales, es por que la relación de distinción se encuentra objetivamente inscrita en la determinación, en cada acto de consumo mediante los instrumentos de apropiación económicos que la misma exige. Las afirmaciones de la diferencia que evocan toda la carga social del lenguaje, los valores éticos y estéticos se encuentran depositados, listos para funcionar cuyo valor reside en la diferencia, es decir, una distancia con respecto a las maneras simples y comunes.

CAPITULO II

La moda, determinante social del siglo XXI

2.1. ¿Qué es un determinante social?

En los artículos que Georg Simmel escribió para la *Revista Occidental* 1 y 2⁹⁰, hay una frase importante que encontramos: "Cada momento singular de la vida es la totalidad de la vida,"⁹¹ estas palabras encajan muy bien para saber qué es un determinante social y por qué la moda es un determinante del actual entorno social.

Las determinaciones materialistas en los siglos XX y XXI son formas claves para entender el contexto actual, los caracteres culturales median los contextos actuales y cambiantes que concretan nuestro tiempo; si bien hablamos de moda entenderemos que existe una significación alrededor de ésta, pues resalta una de las más grandes consideraciones que la humanidad se tiene a sí misma; la conformación de buenos modales y de gustos se hacen a partir de figuras retóricas que son visibles a través del vocabulario, la ropa, el maquillaje, los ademanes, las ideas, etc. Se usan en cada época; no son las mismas palabras ni contienen el mismo significado, ya que dependen de los determinantes sociales impuestos en cada espacio y tiempo.

De acuerdo a Simmel existen situaciones que describen la idea que quiero exponer, "días turgentes, desbordantes, en los cuales se cree esperar todavía cualquier pasado, recodar ya cualquier alegría futura,"⁹² probablemente la génesis y la desaparición determinan la forma en que se alimentan los compromisos y da responsabilidades a los hombres por su acción y su constante exigencia a ser originales.

⁹⁰ Georg Simmel, *Filosofía de la coquetería : Filosofía de la moda: Lo masculino y lo femenino y otros ensayos*, Revista de Occidente, Madrid, 1924, 229 pp.

⁹¹ Jorge Lozano, "Simmel: *La moda un atractivo formal del límite*", en; REDALYC (Red de Revistas Científicas de América Latina. El Caribe, España y Portugal), No. 89, p. 45. (URL=)

⁹² SIMMEL Georg, *Filosofía del dinero*, Madrid, Instituto de Estudios Políticos, 1977, p. 580.

La moda es más que una forma de vida ajustada a lo que el contexto social necesita, dándole una dirección, la cual será revisada en este capítulo: la determinación social. Habrá que profundizar en: ¿Cómo es la determinación? ¿De qué forma nos afecta a todos? ¿Por qué la moda nos determina? interrogantes que serán abordadas en este apartado.

Gabriel Tardé explica en "Las leyes sociales,"⁹³ que todas aquellas semejanzas y repeticiones de la masa provienen de una idea que se propaga progresivamente y que existen en todos los individuos en formas distintas y que viajan entre vagas semejanzas visibles en la retórica y que varían de época en época, esto claramente indica que existen los determinantes sociales visibles en elecciones que parecerían individuales pero que contienen condiciones que son encapsuladas entre los deseos y las creencias, formando así un todo social. Es decir, más allá de cualquier razón que emane de un pensamiento genuino, la imitación y el tránsito entre los grupos socialmente aceptados pueden explicar la convicción que el hombre moderno tiene para saberse aceptado y con suficientes razones que creen afinidades adecuadas con grupos adecuados⁹⁴.

Estas afirmaciones son una de las razones por las cuales los determinantes sociales arraigan procesos que son constantes y que se deben reflexionar. Siguiendo esta corriente de pensamiento, la moda concreta y forma uniones que pueden ser fecundas con la mira que si bien hay en el mundo individuos distintos, estos lleguen a tener fuertes lazos sociales y un mismo objetivo que actualmente entre otros tantos es el consumo. De acuerdo a esto, las ideas respecto a la originalidad alimentan la fuerte necesidad de la distinción la cual es parte de la determinación social, exhibida a partir de las tendencias, "las modas de la clase social superior se diferencian de las de la inferior y son abandonadas en el momento en que ésta comienza a acceder a ellas."⁹⁵

⁹³ Gabriel Tarde, *Las leyes sociales*, Barcelona, Editorial Sopena, 1897, 127 pp.

⁹⁴ Véase Gabriel Tarde en, *Las leyes sociales*, p. 63

⁹⁵ Erving Goffman, Symbols of Class Status, *The British Journal of Sociology* 2, No. 4, 1951, p. 295.

Los fenómenos sociales son resultado de complejos factores los cuales desembocan en causas, crean roles y tendencias predominantes en un lapso y tiempo en específico. Si bien los diferentes factores determinan, no se quiere decir con esto que sean homogéneos y absolutos, son más bien dispares. Los determinantes sociales tienen una estrecha relación entre los diversos grupos que conviven en un espacio y tiempo, los usos y costumbres, el Estado y la propiedad privada, etc., todos ellos tienen una causalidad, analizada por Mario Bunge en su libro "Buscar la filosofía en las ciencias sociales,"⁹⁶ idea que retoma Sergio Bagú en "Tiempo realidad social y conocimiento,"⁹⁷ quién escribe:

Bunge insiste en la multiplicidad de las cadenas causales en la historia y en que un fenómeno social pertenece siempre a más de una cadena causal. Agrega, además, que sobre los fenómenos sociales actúan modos de determinación no causales, como la determinación estadística y la teleológica.⁹⁸

La determinación estadística por ejemplo, contiene formas que describen las tendencias que se presentan en un contexto histórico y que son analizadas y explicadas en términos de procesos genéticos, "sosteniendo que los contenidos sociales obtienen causas finales como lo describen los escolásticos quienes decían que todo lo que se hace tiene algún fin, mientras que Aristóteles, lo definió como "Nada en vano."⁹⁹ Si no hubiese un fin último, no se tendría nunca a nada, ninguna acción se llegaría a terminar, o bien, no habría ni un descanso. Nadie haría ni empezaría nada, ni siquiera se tomarían determinaciones.

⁹⁶ Mario Bunge, *Buscar la filosofía en las ciencias sociales*, México, Siglo XXI Editores, 2005, 581 pp.

⁹⁷ Sergio Bagú, *Tiempo, realidad social y conocimiento*, México, Siglo XXI Editores, 1970, 197 pp.

⁹⁸ *Ibid.*, p. 95.

⁹⁹ Amparo Moreno, *La otra política de Aristóteles: Cultura de Masas y Divulgación del arquetipo viril*, Barcelona, Editorial Icaria, 1988, 244 pp.

Todo lo social, por lo demás, está impregnado de contenido teleológico: primero, porque la materia prima de lo social está construida, también, con historias individuales, es decir, con esquemas de definición individual participante, que generan conducta con objetivo; segundo, porque la historia de las sociedades ha gravitado con fuerza durante siglos lo que algunos grupos poderosos deliberadamente se han propuesto hacer con el conjunto de la masa humana (aunque, como ocurre tan a menudo, no lo hayan logrado en la literalidad de los hechos, a largo plazo su meditada determinación contribuyó en gran medida a generar el contenido de la realidad vivida por esa masa); tercero, porque ha habido ocasiones en que la masa humana dominada se ha fijado el objetivo de sacudirse su coyunda y, aún cuando no lo logra cabalmente, se gestó abrir las compuertas de la transformación.¹⁰⁰

En otras corrientes de pensamiento se expresa que la determinación social se entiende como, "los autores del determinismo social [...] afirman que la sociedad interviene para adoptar o para elegir el curso de las técnicas en función de los resultados que se pretenden alcanzar, su premisa básica es que la sociedad interviene directamente en la génesis misma de las técnicas."¹⁰¹

Estos son los tipos más usados para definir en las ciencias sociales qué es la determinación, el más usado en las teorías contemporáneas.

Determinismo social.

Si se trata de afirmar la preponderancia del grupo sobre el individuo.

Determinismo económico.

Para indicar la determinación de la infraestructura sobre la superestructura.

Determinismo histórico.

Si se quiere resaltar la inevitabilidad del socialismo, al margen del papel histórico que jueguen los diversos elementos subjetivos.¹⁰²

El determinante social se confina en la comunidad humana la sutileza de los determinantes sociales depende de la naturaleza de las cosas y del ámbito de las instituciones sociales preexistentes; de acuerdo a esto los determinantes

¹⁰⁰ Sergio Bagú, op. cit., p. 214.

¹⁰¹ Claudia Ortega, *La investigación tecnológica en la Universidad Autónoma del Estado de México: Elementos para la construcción de una red socio-técnica*, México, ANUIES, 2000, p. 30.

¹⁰² Ángel, Prior, *La libertad en el pensamiento de Marx*, Valencia, EDITUM, 1988, p. 158.

existen en el fondo de cada hombre, en sus pasiones y situaciones personales, modificadas por factores que convergen en puntos determinados. Actualmente uno de estos puntos es el consumo, éste contiene efectos dentro de las relaciones e interrelaciones de un conjunto más grande que abarca causas físicas y sociales.

Las leyes sociales combinan cada uno de los factores para poder determinar una situación socialmente aceptada, de acuerdo a esto, las leyes sociales imponen hasta cierto límite el peso respectivo con que deben de operar aquellos determinantes sociales que el contexto necesite para colocar perspectivas que promuevan y sustituyan las propuestas que se establezcan para el funcionamiento de aquel poder que lo necesite.

2.2. El cuerpo, el vestido y la indumentaria como construcciones sociales

La moda está pensada, creada, promocionada y llevada por el cuerpo, se convierte entonces en el fin último en que se han de poner las miradas en todos los encuentros sociales.

En Occidente, y cada vez más también fuera de él, la moda estructura la mayor parte de nuestra experiencia del vestir, aunque, [...] no es el único factor que influye en la vida cotidiana, puesto que otros factores, como el sexo, la clase social, los ingresos y la tradición, también influyen. El vestido de moda es aquel que encarna la última tendencia estética; es la prenda definida en un momento dado como deseable, bello y popular. Al manifestar la última tendencia estética y al poner a disposición del público ciertos tipos de prendas, la moda ofrece la "materia prima" para la vestimenta diaria, fabricada por multitud de entidades que operan en una variedad de sitios.¹⁰³

El acto de vestirse contiene deseos, la ropa forma en las personas técnicas y habilidades de supervivencia para la vida cotidiana, es una práctica constante que ha hecho que el vestido sea usual y, por lo tanto, haya una sensación de comodidad con ella.

La idea de llevar el vestido y la indumentaria en el momento adecuado y en el encuentro social preciso contiene sensaciones de logros y un sentirse bien, la inclusión es premiada por la misma moda a partir de vías comunicativas como las usuales opiniones y comentarios que en algún momento todos hemos recibido dentro de un lapso o meta que cumplimos. El vestido es uno con él cuerpo, intima en todo momento con el y lo presenta públicamente sin que exista si quiera una palabra de presentación.

Influye entre el individuo y los demás, es decir, trabaja en la psique y muestra interfases entre el individuo y el mundo social, mejor entendido entre lo público y lo privado.

Una perspectiva sociológica sobre el vestir requiere apartarse del concepto de moda como objeto y contemplar en su lugar la forma en que el traje encarna una actividad y

¹⁰³ Joanne Entwistle, op. cit., p. 13.

está integrado en las relaciones sociales. [...] Propongo la idea del vestir como una práctica corporal contextualizada a modo de marco teórico y metodológico para comprender la compleja relaciones dinámica entre el cuerpo, la ropa y la cultura. Este marco reconoce que los cuerpos están constituidos socialmente, que están siempre ubicados en la cultura y que el resultado de las prácticas individuales dirigidas al cuerpo, es decir, la "vestimenta", es el resultado de "vestirse o de estar vistiéndose."¹⁰⁴

La expresión "estar vistiéndose" capta la idea de vestirse como una actividad usual, direccionada siempre en la vida de los individuos; las personas atienden a un cuerpo y al vestido como extensión del otro, la experiencia de vestirse va en dos sentidos tanto íntima como socialmente. "Cuando nos vestimos, lo hacemos dentro de las limitaciones de una cultura y de sus normas, expectativas sobre el cuerpo y sobre lo que constituye un cuerpo vestido."¹⁰⁵

En la vida cotidiana se sitúan los espacios y tiempos que nos orientan hacia diversas situaciones y formas de actuar sobre el cuerpo; siendo así la forma del trato individual hacia el propio cuerpo no cómo un objeto inerte, sino como, el único resguardo que tenemos del mundo social y nuestra cotidianidad. Nuestros cuerpos son las formas visibles de todas aquellas intenciones que se tengan planeadas cometer.

Para comprender el vestir en la vida cotidiana es necesario considerar las categorías socialmente construidas de la experiencia, es decir, el tiempo y el espacio. Tanto el tiempo como el espacio ordenan nuestro sentido del yo en el mundo, nuestras relaciones y encuentros con los demás y, en realidad, nuestra forma de cuidar de nuestros cuerpos y de los cuerpos de los demás mediante la indumentaria. Cuando nos vestimos, ya sea un acto inconsciente o no, constituimos el yo como una serie de continuos ahora. La práctica cotidiana de vestirse implica ser consciente del tiempo porque para introducirse en la experiencia de vestirse (al menos en Occidente) no podemos evitar las restricciones temporales de la moda. La experiencia de la moda impone un sentido externo del tiempo: cambios sociales, de hecho, la moda es temporal por definición. El tiempo esta socialmente construido por el sistema de la moda mediante el círculo de las colecciones, los desfiles y las temporadas que sirven para detener el flujo del presente con proyecciones hacia el futuro. La moda ordena le experiencia del yo y del cuerpo en el tiempo, y esta ordenación del tiempo ha de ser

¹⁰⁴ Ibid, p. 24.

¹⁰⁵ Ibid, p. 25.

explicada considerando las modas subjetivas de cuidar el propio cuerpo a través de la ropa y el estilo. El sistema de la moda, especialmente la moda de las revistas, está siempre congelando el flujo de las prácticas cotidianas del vestir y lo ordena en distintas categorías de pasado, presente y futuro (este invierno, el marrón es el nuevo negro u olvida el verde-lima, el beige frío es el color de este verano). El yo, a la vez que experimenta un tiempo interno indiferenciado, también está siempre atrapado, congelado temporalmente por la moda.¹⁰⁶

Este momento de reflexión sobre la presentación del "yo", es en lo que duran los momentos internos respecto al flujo interno del tiempo. Contiene fluctuaciones como la sensación de interrupción, detenimiento y total alto, experimentados por la palabra "ahora," un momento en que la duración y el flujo internos del tiempo, se detienen o interrumpen el yo experimentado en el ahora ha de reflexionar en el yo "antiguo." Para entenderlo hay que abordar estos términos desde la vida cotidiana y sus experiencias, el cuerpo en sí mismo es una presentación de lo actual, y con mayor importancia de la construcción social que en ese momento se esté llevando.

La apariencia en el caso de la moda, proporciona justificaciones de modelos que buscan incesantemente la distinción. Los cambios de vestimenta, son un ejemplo puntual acerca del encuentro entre espacios e historias, que hasta cierto punto son independientes. El motor de cambios y transformaciones son productos del pensamiento lógico y de nuestras luchas internas entre lo que el contexto nos pide y lo que nosotros podemos dar. Las mediaciones entre estas oposiciones se hacen en función de lo "caro y lo barato", entre "lo clásico y lo moderno" y para ser mucho más puntuales entre los dominantes y los dominados, o con tintes psicoanalistas, por ejemplo, entre los "pretendientes y los deseantes", es decir, la equivalencia de la moda se consolidó desde el siglo XIX por el poder económico.

Es por este punto que hay que diferenciar entre la moda como un sistema de control y las modas, resultantes de diversas necesidades. Las modas son el resultado de los mecanismos que genera el sistema de la moda, conforme la vaya manejando la logística que presente a través de la tendencia. Las

¹⁰⁶ Ibid, p. 50.

propiedades sociales en la edad, por ejemplo, están ligadas desde el punto de la consumación de la identidad. Las determinaciones en la moda son las estrategias, positivas o negativas que imponen la competencia y de la pretensión a encontrarse ajustados a las demandas y necesidades.

La audacia de la relación actual entre la vestimenta y el énfasis que hacen los modistas, o estilistas acerca de imponer sus concepciones, envía mensajes para todo tipo de concepciones en todos los grupos, sean dominantes o no. Todo está inmerso dentro de un terreno que es ambivalente y afirma las estrechas relaciones que se conforman dentro de los grandes espacios y temporalidades.

2.3. De la Alta Costura a la Escaramuza: La moda como determinante social

El estudio de las acciones sociales necesitan de formas tanto teóricas como metodológicas para crear formas de pensamiento que puedan puntualizar todas aquellas fluctuaciones y tendencias que mediante los procesos históricos importantes y procesos determinantes son más notorios en la actualidad

Primero, la materia prima de lo social está construida, también, con historias individuales, es decir, con esquemas de definición individual participante, que generan conducta con objetivo; segundo, porque la historia de las sociedades ha gravitado con fuerza durante siglos lo que algunos grupos poderosos deliberadamente se han propuesto hacer con el conjunto de la masa humana (aunque, como ocurre tan a menudo, no lo hayan logrado en la literalidad de los hechos, a largo plazo su meditada determinación contribuyó en gran medida a generar el contenido de la realidad vivida por esa masa); tercero, porque ha habido ocasiones en que la masa humana dominada se ha fijado el objetivo de sacudirse su coyunda y, aun cuando no lo logra cabalmente, se gestó abrir las compuertas de la transformación.¹⁰⁷

Siguiendo entonces esta línea, el pensamiento comienza a formular cuestiones importantes como los sentimientos, parámetros que la opinión pública impone como la envidia. "La envidia mide nuestra distancia con el objeto y esto implica cierta lejanía junto con cierta proximidad,"¹⁰⁸ la forma de lo estético y de lo real relaciona todas las vinculaciones con el entorno espacial, es hablar directamente de la dialéctica de la vida cotidiana.

¹⁰⁷ Sergio Bagú, op. cit., pp. 102-103.

¹⁰⁸ Georg Simmel, *Filosofía de la moda*, Revista de Occidente 1 y 2, 1923, p. 369.

La historia del vestido comprende tres tipos de temporalidad:

Ciclos breves, modas de aparición a veces efímeras (de algunas semanas a tres años); por ejemplo, el scoubidou (adorno), la moda maxifalda, la ultraminifalda.

Ciclos medianos (algunos años), tendencias más o menos duraderas que regulan las modalidades de un uso; por ejemplo, el acortamiento de las faldas desde fines de la década de 1950 hasta mediados de la de 1960, la forma de la punta de los zapatos y la raya del pantalón; ésta se marcaba en los lados hasta 1890, luego se marcó por delante con el traje completo con chaleco etc.

Ciclos mucho más largos, que corresponden, según parece, a una adquisición cultural 'definitiva'; por ejemplo, se ve que el pantalón de origen popular suplanta en el siglo XIX el antiguo calzón de los nobles y la vestimenta masculina se estructura alrededor de ésta prenda durante un siglo.¹⁰⁹

La indumentaria antes de responder a la comodidad o a la protección de agentes exteriores, da una respuesta a una realidad casi trivial; el hecho de poder pertenecer a una sociedad. Dicho así porque la información que el vestido contiene acerca de los humanos y por la cuál es tan valiosa es porque divide al "hombre primitivo" del "hombre civilizado", dicho de otro modo en las teorías de la evolución el hombre primitivo es aquel ser que se maneja mediante sus instintos y que pertenece al reino animal.

Si bien el hombre tiene la capacidad de adquirir todas aquellas aptitudes de supervivencia, también desarrolló aptitudes para un proceso transitorio en el cual pasó del vestido y la indumentaria para la supervivencia, a relacionarlo con el posicionamiento social estos fueron los primeros pasos de una estructura de control, es decir, un proceso civilizatorio, idea desarrollada con mayor precisión en el libro de Norbert Elías *El proceso de la civilización*.¹¹⁰

A cada parte del cuerpo desnudo se le fue implementando vestimenta e indumentaria, un ejemplo de esto son los guantes, el barniz, pantalones, bolsillos, perfumes, maquillaje, etc., un sin fin de objetos que generaron la

¹⁰⁹ Ibid., pp. 220-225.

¹¹⁰ Norbert Elías, op, cit., 673pp.

transición y la constante innovación ayuda al control de caprichos y virtudes entonces convirtiendo al hombre primitivo en un hombre civilizado, llamado también "ser humano". No se puede hablar del vestido como tal en las sociedades primitivas ya que no tenían bases sólidas que generarán funciones fundamentales más que ser instrumento de ayuda para la supervivencia. Otra de las diferencias importantes es que el vestido y la indumentaria informan acerca de las relaciones, la edad, el sexo, la posición social que tiene etc., mientras que en las sociedades primitivas no se mantienen las relaciones opositoras significativas entre las distintas o vecinas.

En un punto de inflexión parecería todo igualitario, éste es un rasgo que caracteriza a las sociedades con estructuras de poderío débiles o ciertamente inexistentes, sólo diferenciadas cuando existían conflictos con sus oponentes por un tipo de vestimenta ostentosa con el fin de intimidar al enemigo. Al no haber las diferencias pertinentes y determinantes sobre las cuáles centrar este estudio no se pueden expresar las diferentes divisiones y sobre todo marcar las identidades fundamentales del hombre primitivo.

La moda comienza a formar parte de la historia a partir de la formación de grupos sociales (países, etnias, culturas, clases sociales, etc.), que necesitaban identificarse unos de otros.

El traje es lo que quedaba del traje. Su denominación ya identificaba una primera deriva de las tradiciones. La línea evolutiva del fenómeno moda conduce a la afirmación de una historicidad del ser, no a una negación de lo social, sino a una profundización de la sociabilidad por el cultivo de las diferencias, de las personalidades propias. Ni inminente, ni trascendente, sino completamente humano, la moda es un desafío total a la afirmación de una naturaleza religiosa de la humanidad, es la serie de las progresivas secuencias en virtud de las cuáles se afirma un tiempo cada vez más profano, liberado de dictados celestiales, de las fronteras de lo sagrado inicial, un tiempo, por consiguiente, cada vez más dominable, controlable, responsabilizado, representable.¹¹¹

¹¹¹ Paul Yonnet, Juegos, modas y masas, op., cit., p. 281.

La desvinculación del sentido y de los acontecimientos determinan la configuración del "antes y el después", representantes esenciales de los diversos contextos históricos. No podríamos decir que los mismos vestidos de 1920 tienen el mismo significado en 1960, que en 1990, aún así tengan los mismos cortes de tela. Al hablar en este sentido la moda se mueve, sostiene y articula fuerzas configuradoras e intensifica al vestido e indumentaria como determinantes sociales que influyen en el tiempo y marcan el rumbo de la moda.

Llevar vestidos informa sobre el hecho de que quien los lleva pertenece al género humano, y ésta es una seña global de reconocimiento. La vestimenta autoriza la comunicación en el seno del grupo y a menudo sólo a esto se limita el concepto de "hombre" en numerosas sociedades; más allá están los bárbaros. Pero, por regla general, el papel del vestido no se reduce a informar tan sólo de la identidad humana. Informa además sobre la identidad de los hombres que componen el grupo, marca sus divisiones internas, de manera que el vestido permite no sólo la identificación de lo que une, sino también de lo que separa.¹¹²

La moda es un determinante social porque tiene el poder para señalar, marcar, conversar, implicar, disminuir, ocultar, profundizar, renovar e interpretar nuevas y grandes divisiones del ser humano. La información que sostiene hace referencia al sexo, la edad posición social, a las actividades cotidianas, la cultura, lugares, momentos, sentimientos, gustos, aversiones, costumbres, vinculaciones, posiciones con tintes políticos, geopolíticos y religiosos.

Marcando tiempos y espacios que crean contrapuntos fundamentales para las configuraciones de la socialización, impuestos por un sistema que controla basado en el sentido social de gusto. La originalidad de ésta radica en tener movimientos cíclicos, comportamientos que creemos son normales en la moda. Dentro del sentido social del gusto, los elementos que hacen de la moda un determinante social son los conceptos que van de lo singular a lo particular y viceversa. Los juicios que existen en los conceptos de lo "bello y lo feo", han conformado períodos históricos acerca de lo que está socialmente aceptado en un tiempo y espacio específico,

¹¹²Ibid, p. 233.

Humberto Eco cita en su libro "Historia de la Fealdad"¹¹³, a Jenófanes de Colofón:

Si los bueyes, los caballos y los leones tuviesen manos, o pudiesen dibujar con las manos, y hacer obras cómo las que hacen los hombres semejantes a los caballos; el caballo representaría a los dioses, y semejantes a los bueyes, el buey, les darían cuerpos como los que tienen cada uno de ellos.¹¹⁴

Los atributos sociales se imponen entonces a través de las características estéticas que tienen un carácter imitativo dentro de los grupos sociales. Si bien todo fenómeno social tiene su parte imitativa la mayoría de las veces son a partir de prenociones, hechos que son base de puntos y criterios políticos y sociales, las semejanzas y las repeticiones son una primera materia para la diferenciabilidad, si bien los atributos estéticos provienen de la gramática, los conceptos son determinantes sociales que imponen ciertos privilegios para algunos y a la vez desgracia para otros.

En "Manuscritos económicos y filosóficos de 1844,"¹¹⁵ donde Karl Marx, explica que pueden suplirse los ideales estéticos de belleza con dinero, la fealdad es tan efímera que las posesiones monetarias llegan a desbancar lo que en estricto sentido no sería socialmente aceptado. Es pues punto de reflexión que el dinero y el poder se entienden desde los monarcas en siglos pasados, cuyos rasgos no favorecedores eran suprimidos dentro de las hermosas pinturas que son consideradas como fuentes históricas de las bellas artes.

Abordar entonces a la moda como un determinante social, consigue coherencia al retratar que lo estético no formalmente es lo bello, como lo feo no es entonces lo deforme sino es aquello que contiene un significado que va más allá de cuestiones individuales. El dinero contiene la forma de lo estético, contiene riqueza en la concepción de las emociones individuales aquellas que

¹¹³ Umberto Eco, *Historia de la Fealdad*, Barcelona, Editorial Lumen, 2007, 454 pp.

¹¹⁴ *Ibid*, p.10.

¹¹⁵ Karl Marx, *Manuscritos económicos y filosóficos de 1844*, Buenos Aires, Colihue, Clásica, 2006, p. 312.

aparecen cuando entonces lo adquirido con el dinero se vuelve bello, les nacimiento del estatus.

Hablar pues, de que estos conceptos están relacionados directamente con las épocas y culturas sería no considerarlos modelos estables y determinantes.

Como hizo Nietzsche en el Crepúsculo de los ídolos, que "en lo bello el hombre se pone a sí mismo como medida de la perfección" y "se adora en ello... El hombre en el fondo se mira en el espejo de las cosas, considera bello todo aquello que le devuelve su imagen... Lo feo se entiende como señal y síntoma de degeneración"... Todo indicio de agotamiento de pesadez, de senilidad, de fatiga, toda especie de falta de libertad, en forma de convulsión o parálisis, sobre todo el olor, el color, la forma de la disolución, de la descomposición, todo esto provoca una reacción idéntica, el juicio de valor "feo"... ¿A quién odia aquí el hombre? No hay duda: odia la decadencia de su tipo.¹¹⁶

Esto, certeramente define las relaciones dentro de modelos explicados por nociones que existen más allá de las reglas y de lo que es correcto. Cuestiones como esta implica percepciones de los hablantes y la sensibilidad que existe entre estos.

Si se examinan los sinónimos de "bello" y "feo", se ve que se considera bello lo que es bonito, gracioso, placentero, atractivo, agradable, agraciado, delicioso, fascinante, armónico, maravilloso, delicado, gentil, encantador, magnífico, estupendo, excelso, excepcional, fabuloso, prodigioso, fantástico, mágico, admirable, valioso, espectacular, espléndido, sublime, soberbio, mientras que feo es lo repelente, horrendo, asqueroso, desagradable, grotesco, abominable, odioso, indecente, inmundo, sucio, obsceno, repugnante, espantoso, abyecto, monstruoso, horrible, hórrido, horripilante sucio, terrible, terrorífico, tremendo, angustioso, repulsivo, execrable, penoso, nauseabundo, fétido, innoble, aterrador, desgraciado, lamentable, enojoso, indecente, deforme, disforme, desfigurado (por no hablar de cómo el horror puede aparecer también en terrenos como el de lo fabuloso, lo fantástico, lo mágico y lo sublime, asignados tradicionalmente a lo bello). Observar pues una reacción de apreciación desinteresada, en casi todos los de feo aparece implicada una reacción de disgusto, cuando no de violenta repulsión, horror o terror.¹¹⁷

¹¹⁶ Umberto Eco, *Historia de la Fealdad*, op. cit., p.15.

¹¹⁷ Ibid, pp. 17-19.

Claramente todo el mundo vive con el terror de que esto pueda ocurrirle en algún momento, las cosas feas provocan sentimientos angustiosos, de miedo y repulsivos, nos llevan a una idea frenética acerca del desprecio, el instinto y en cierta medida a pensar en soledad continua, esto acrecienta la idea sobre el fatalismo, la conciencia entonces sobre los valores estéticos que eliminan los diversos hechos y casos sobre que no exista duda alguna de que lo feo es la idea social de lo que no es aceptable, no es transformable y por lo tanto no es determinante.

Ante esta idea es entendible diversas cuestiones que han aterrado al mundo hasta el contexto histórico de hoy día, desde niños, ideas como, "hacer el mal" vienen acompañados de voces e imágenes de lo feo, comprender el sentido de los conceptos esclarece la información acerca de lo que son las deformidades.

De acuerdo a esa idea los modelos de belleza son formas de control que existen sutilmente dentro de la vida cotidiana, si bien el Estado no puede ser ese gran panóptico y abarcar todos los aspectos sociales e individuales, la cultura por otro lado sí puede entender y abarcar las relaciones objetivas que demuestran cambios estructurales del conjunto social y que direccionan la diferenciación e integración. Los cánones de la moda siguen supuestos ideales, sólo alcanzables en la evolución de ideas y que son concentrados en cambios estructurales específicos de larga duración, mediante controles emotivos y las experiencias.

Al hablar de esta evolución social, de inmediato se marca una integración de movimientos progresivos y regresivos orientados siempre a la valorización y el constante cambio social. La moda es un proceso cultural, ya que tiene la capacidad de transformar y recae en un sistema por las estructuras verbales que maneja caracterizando este proceso por diferentes cambios sociales, y la finalidad que no es lo que está hecho sino lo que está por hacerse. La moda ha tenido éxito como determinante social por su carácter comunicativo y difusivo, estudiado mediante dos estructuras:

La primera se produce entre un modelo y otro en el transcurso del mismo decenio. Los medios de comunicación de masas, ofrecen un modelo de belleza tanto para aquella a quien la naturaleza ha dotado ya de gracia aristocrática como para la proletaria de formas opulentas.

La segunda divide el siglo en dos partes. A fin de cuentas, los ideales de belleza a los que se remiten los medios de comunicación de los primeros sesenta años del siglo XX evocan las propuestas de las artes "mayores".¹¹⁸

La importancia de los medios de comunicación de masas es que unifican un modelo; un ideal de belleza, explicado dentro de la capacidad del vestido y la indumentaria para crear percepciones que vinculen mediante la mirada, la cual, en un primer momento, confiere valores que ilustran la forma popular y más conocida: la pretensión.

La moda tiene éxito por ser un proceso cultural que determina socialmente las actitudes, aptitudes, sensaciones y percepciones que estructuran verbalmente lo que se considera aceptado. Tiene, en un primer momento, un carácter incluyente, ya que todo aquel que se diga hombre civilizado convive con ésta todos los días.

¹¹⁸ Umberto Eco, *Historia de la Belleza*, Barcelona, Editorial Lumen, 2009, pp. 418–425.

CAPITULO III

EL SENTIDO DE LA DISTINCIÓN: CONSUMO Y MODA

3.1. Lo bello y lo feo: la semiótica de la moda

La Sociología y otras ciencias sociales han estudiado a la moda como un gran fenómeno propio del siglo XX y XXI, las consecuencias que han existido desde que la expansión de la manufactura se hizo presente, es decir desde la revolución industrial y el gran revuelo que existe hasta nuestros días.

Mirar hacia el estudio de la vida cotidiana es entender a los procesos culturales desde las entrañas, comprender a la moda como determinante social para el consumo, implica estudiar a la esencia de todas las variedades fundamentales en la vida. La vida social se comunica a través de los signos articulando la comunicación entre unos y otros por medio de la influencia de medios, tal cuál lo estudia Saussure en el libro "Curso de Lingüística General".¹¹⁹ Estos procesos comienzan a base de signos implementados dentro de una lógica normativa, es decir, una diferencia que es también con bastante frecuencia, la diferencia estructural donde las clases populares son reducidas a los bienes y virtudes de necesidades que se reivindican de las clases medias que acceden a unas intenciones socialmente reconocidas como la estética, de las clases altas que no pueden identificar su distinción con unas propiedades y prácticas ya que son de hecho comunes por conservar su valor de uso y pierden su valor distintivo. He ahí el juego que se le atribuye al estudio de la semiótica y la moda, la jerarquía del enclasmiento.

¹¹⁹ Ferdinand Saussure, op. cit., p. 336.

Otro ejemplo es Umberto Eco, quién lo explica diciendo que “es una técnica de investigación que explica de manera bastante exacta como funciona la comunicación y la significación.”¹²⁰

La semiótica hace explícito el funcionamiento de la interacción social, Saussure lo entiende a manera de "sistemas" que producen significaciones, las cuáles se encargan de marcar grados y diferencias entre cada signo. Estudiar a la semiótica es fácil, cuando se hacen presentes los modos de expresión de la vida cotidiana. En resumidas cuentas, "hacer semiótica para de Saussure consiste en averiguar ‘en qué consisten los signos y cuáles son las leyes que los gobiernan.’”¹²¹

El objetivo de la semiótica es observar la significación y el proceso de comunicación que hay detrás de todos aquellos elementos con los que convivimos diariamente y de los cuáles emana la importancia de todos los procesos que serán significativos en un tiempo y espacio específicos. Estos se logran a partir de la influencia, reconocimiento y capacidad de producir cada una de las claves, códigos, leyes y reglas que serán ejes fundamentales en la convivencia humana. La cultura gira alrededor de un consistente mecanismo de tener un destinatario que contenga significados que se expandan generacionalmente y que generalmente comienzan en el núcleo familiar.

El vocablo "semiótica", es de origen griego. Semeiotiké, en efecto, significa la observación de los síntomas. Fue acuñado en el siglo II de nuestra era por Galeno, el antepasado de los médicos, para designar, precisamente eso: el arte de observar e interpretar los síntomas.¹²²

La semiótica es el estudio del signo el cual es la pauta para formar lenguajes o sistemas que forman las condiciones de significación de la vida diaria los cuáles se hacen valer de los sentidos humanos: la vista, el oído, el gusto y el

¹²⁰ Herón Pérez, *En pos del signo. Introducción a la semiótica*, Michoacán, El Colegio de Michoacán, 2009, pp. 27-28.

¹²¹ *Ibid*, p. 32.

tacto dan pauta a generar significados para designar la importancia de actores con los que convivimos en la vida diaria como: los semáforos, la comida, los gestos, el vestido, la indumentaria, los animales, etc.

Todo aquello que representa es un signo, es decir, lo que está en lugar de otra cosa y que hace de sus veces. La representación es el significado.

Los signos son usados por los que pertenecen a una comunidad semiótica (de hablantes o usuarios de los signos), pues tienen que compartirlos para saber, primero, que son signos y, después, cuál es su significado. Generalmente, se considera que el uso de un signo (fenómeno sígnico, acontecimiento semiótico o semiosis) se da cuando un emisor transmite un signo, desde una fuente, por un medio o canal, con un código, susceptible de ruido informático, a un receptor.¹²³

Para este tema hay que resaltar el pensamiento de Roland Barthes, el cuál se ajusta a los fines de significación de la moda como determinante social. "La semiótica es un método que permite entender las prácticas culturales que implican necesariamente significaciones de diverso orden."¹²⁴ Es decir no es una simple extensión lingüística, trae consigo un contexto que abarca a todas las ciencias y las partes que conforman la identidad de los individuos. Al decir que la semiótica es un método se hace a razón de comprender que provee de los instrumentos que se necesitan para aproximarse a todos los fenómenos y prácticas sociales en los cuales estamos inmersos.

La semiótica se encuentra navegando en el sistema de la moda, que a su vez esta inmerso en un proceso cultural que contiene estructuras coercitivas que, más allá de ser mera lingüística, implanta un orden sutil. La moda se hace valer de las estructuras de las bellas artes, como el estilo. Escribir y sincronizar bases ellos, los códigos y aceptaciones se hacen a través de la semiótica. De ahí que puedan insertarse de manera cuasi inmediata a la vida cotidiana de los individuos.

¹²³ Mauricio Beuchot, *La Semiótica: Teorías del signo y el lenguaje en la historia*, México, FCE, 2004, p. 7.

¹²⁴ *Ibid*, p. 412.

Dicho de otro modo:

Frente a la estructura plástica del vestido-imagen y a la estructura verbal del vestido-escrito, la estructura del vestido real sólo puede ser tecnológica; las unidades de dicha estructura sólo pueden ser las distintas huellas de los actos de fabricación, sus fines culminados, materializados: una costura es lo que se cosió, una corte lo que se cortó, es una estructura que constituye en el nivel de la materia y sus transformaciones, no de sus representaciones o significaciones.¹²⁵

Estamos hablando de las diferentes estructuras que contienen un régimen de difusión con el fin de transformar las diferentes representaciones, en este caso el vestido que sirve para transferir una estructura en un tiempo específico y pasarla hacia otro tiempo. Son códigos que disponen de los roles los cuales contienen un patrón que añade ciertos procedimientos destinados a manifestar *técnicas de apariencia*. "La finalidad no es reflejar lo que está hecho, sino lo que va a hacerse."¹²⁶

Estudiar estas estructuras en específico llevaría a la realización de una nueva investigación, pero la composición de estos para el estudio de la moda como determinante social es fundamental dentro del análisis de porqué la moda mantiene absolutamente estables estos movimientos y puede llegar a segmentarlas artificialmente dentro de la vida cotidiana.

Si bien, parecería que las elecciones acerca del vestido y de la indumentaria no son impuestas, hay razones de fondo para pensar en lo contrario. Como ya se ha tratado, la difusión de la moda mediante los medios de comunicación trae consigo el interés y la proporción del tiempo hacia las nuevas tendencias y/o ideas en las cuáles recae el imaginario de la vida cotidiana en los individuos.

Es un hecho también que la moda en un primer momento se entienda como parte de teorías de la psicología de masas y la cultura de las masas; pero profundizando en esta idea la moda contiene circuitos y ritmos concernientes al

¹²⁵ Ibid, p. 28.

¹²⁶ Ibid, p. 23.

estudio de la sociología por tener nexos que además de hablar de poder, se mantienen dentro del imaginario social.

Se aborda al imaginario como una estructura de valores, normas y juicios que son compartidos por un grupo, colectivo, comunidad, etc., que configuran y hacen suyos, de lo contrario se estaría hablando erróneamente de un determinismo individual, por lo cual es de enorme importancia que al hablar de moda introducimos al imaginario para entender la visión de por qué es un determinante. La percepción que la moda introduce en el imaginario no nace de meras trivialidades, la intensidad de las ideas por las cuales nace depositan una confianza en la idea de una mejora futura de la condición humana, es un tipo de inversión. De ahí que la decisión no sea arbitraria.

El vestido-imagen, el vestido-escrito posee una pureza estructural casi equivalente a la de la lengua respecto al habla: la descripción se basa, de forma necesaria y suficiente, en la manifestación de las restricciones institucionales que hacen que "este" vestido, aquí representado, esté de Moda; no se ve afectada en nada por cómo lleve el vestido un individuo en concreto, aunque éste sea "institucional", como la cover-girl.¹²⁷

La lengua es una institución, un cuerpo abstracto de restricciones, el habla es la parte momentánea de esa institución que el individuo toma y actualiza, es una dialéctica entre la estructura y el acontecimiento que lleva un mensaje y un código, es decir una retórica. La descripción de la retórica no sólo es visible en los poemas y los grandes escritos, se puede observar en los roles, es en este punto, por lo cual debe haber una sociología de la moda, ya que es en "su totalidad un sistema de signos, las variaciones de significado retórico corresponden a variaciones de lo público."¹²⁸

La presencia o en su defecto, ausencia de la retórica, sea de manera débil o fuerte, es dirigida hacia ciertos públicos los cuales desarrollan ampliamente los significados culturales que, podría decirse entonces, que cuanto más elevado es el nivel de vida, mayor es la posibilidad de portar un vestido expuesto en una revista, en un comercial, etc., y entonces hacerse acreedor de ser portador de una marca.

¹²⁷Ibid, p. 35.

¹²⁸Ibid, p. 278.

Por otro lado si no se posee la posibilidad de costear un vestido se compensa entonces por caracterizaciones como el ansiar y entonces obtenerlo en un corto, mediano o largo plazo.

Con todo, esta ley no parece infinita: la investidura cultural, por ejemplo, sólo es posible si su imagen está al alcance del grupo al que se ofrece: la connotación es más fuerte allí donde hay tensión (y equilibrio) entre dos estatutos antiguos, uno real y el otro soñado: hace falta que el sueño, aunque utópico, sea cercano; pero si bajamos un escalón en la escala socio profesional, la imagen cultura se empobrece, el sistema tiende de nuevo a la denotación.¹²⁹

De acuerdo a esto, no es de sorprender que las revistas, los comerciales, las marcas, las tiendas y hasta los aparadores se enfoquen e introduzcan todas aquellas ideas y bases sociales del gusto a un cierto público, esto sin descartar el que haya cierta movilidad entre cada uno, por esta visión deseosa de todos los individuos, hablando en términos actuales. Para entender mejor el sistema de la moda habrá que adentrarse a los significados, de estos depende la retórica que puede ordenar y construir visiones en el mundo que conviven dentro de una ideología definida, razón por la cual existen los códigos y entonces una nivelación de éstos con fines de control.

La retórica es tan importante se presta a una visión de los objetos, crea o restringe elementos que transforman y elaboran un orden de apariencias, de ahí el poder del éxito y el declive, la suma de los elementos crea y combinando como resultado los signos, como lo es la que crea prestigio o todo lo contrario. Al indagar en la semiótica de la moda y la forma en la que se estructura, es certero llamarle sistema ya que un sistema tiene un equilibrio, es decir, produce pequeñas oscilaciones pero normalmente se encuentra dentro de las mismas bases con las que se creó.

De ahí que existan los códigos vestimentarios dependiendo de las situaciones y los lugares, determina a través de la semiótica, las diversas ideologías en el sentido social del gusto sin dar oportunidad de ir más lejos que las propias

¹²⁹ Ibid, p. 279.

descripciones que se hace así misma. La semiótica demuestra el camino que la moda a construido a la par que los diversos contextos históricos en los que se ha sumergido la sociedad, la evolución que existe en la moda no hace que deje de ser un sistema, contrario a lo que se piensa, la moda es estricta y codificada, entrando en los diversos imaginarios sociales y determinando elecciones que se hacen pasar por individuales.

Por último, la moda parece imprevisible porque está situada en una parte muy reducida de la memoria, no tiene una dimensión histórica porque no encontramos una regularidad muy profunda, no por esto no se perfila en los diversos análisis teóricos, la moda crea estas situaciones para trazar un camino de correspondencias entre lo que se necesita para cada ocasión de la vida de cada individuo.

3.2 La tendencia: Lo que no se mueve se oxida

La tendencia representa la ropa, accesorios, estilos de vida y maneras de comportarse, que marcan o modifican la conducta de las personas. La moda en términos de ropa, se difunde por todas aquellas tendencias y géneros en masa que la gente adopta o deja de usar.

Al difundirse, el término "tendencia" ya no sólo se designa modas, sin también modos de vida. En el vocabulario del marketing ha empezado aparecer tendencias que designa a comunidades humanas. Retomando la expresión de Michel Maffesoli, la sociedad se descompone en distintas tribus que se distinguen por su modo de consumir. Esta representación parece congruente con la idea que defiende que el lazo social se encuentra hoy muy debilitado y que la sociedad se está convirtiendo en un mosaico de comunidades.¹³⁰

En si las tendencias rigen ámbitos diversos tienen la capacidad de crear pequeños perfiles que parezcan dispares, "susceptibles de describir a largo plazo la relación de las civilizaciones con los objetos. Resulta difícil confundir estos fenómenos con modas que sólo duran un verano... De ahí la tentación de distinguir los diversos perfiles entre las tendencias. Así pues, en ingles se habla de craze, de fad, de hype o de manía, términos que podríamos traducir por "neura", "moda pasajera" y "manía". De éste modo, no cabe la posibilidad de confusión entre las neuras, más cortas, y las manías, más duraderas."¹³¹

Proponer nuevas tendencias basándose en la rapidez y amplitud para que estas se propaguen, lleva ciertos postulados implícitos, como las ideas según las cuales la velocidad de difusión sea o no práctica estas facilitan la duración en la sociedad. "Hay tendencias que pueden difundirse a una velocidad fulminante e instalarse de forma duradera: el teléfono móvil es un buen ejemplo de ello."¹³²

La focalización del deseo se lleva a cabo por intrigas que provienen de ser distintos unos a otros, la tendencia, es eso, deseos inmediatos que bajo la

¹³⁰ Guillaume Erner, *Sociología de las tendencias*, Barcelona, Gustavo Gili, 2008, p. 17.

¹³¹ *Ibid.*, p. 18.

¹³² *Ibid.*, p. 19.

aparente ligera con la que suelen limitar a fenómenos que parecen frívolos y comerciales. Sin embargo, si se meditan los actos que se tienen para conseguir las tendencias actuales, se lleva el pensamiento más allá, la tendencia esta regída por la moda como se ha reflexionado en el capítulo anterior la moda es un sistema de control.

De ahí que se tenga la idea de como la moda utiliza ciertos mecanismos que acompañan la vida y todos aquellos ámbitos en los que se desenvuelven los individuos. Del hogar a las vacaciones, pasando por la gastronomía o los bailes: cada ámbito conoce esta colisión entre las elecciones individuales y los gustos colectivos.

"Todo ocurre si los deseos de la mayoría estuvieran regidos por una autoridad tan poderosa como caprichosa: la moda."¹³³ De acuerdo con esto, la apariencia frívola de la moda, plantea en la tendencia cuestiones muy serias; comprender lo que las tendencias significan es penetrar en los mecanismos de la imitación, la difusión de los gustos a partir del sentido social del gusto y el papel como determinante social que desempeña actualmente "la palabra "tendencia" padece los males que agobian a las nociones de ser hasta tal punto polisémicas que acaban por designar una cosa y su contraria. En el lenguaje cotidiano, este término tiene aceptaciones muy distintas. De este modo la prensa puede decir que los yates privados y las bicicletas son tendencia, puede calificar de la misma manera unos movimientos y otros que, por el contrario, son ineludibles."¹³⁴

El término muestra como se designan los fenómenos comerciales, dónde se designan los objetos que se van a ignorar, como aquellos que se harán indispensables en la vida cotidiana. Esto ignora cualquier lógica económica, son más bien llamadas de expresión ya sean oral, física, ideológica etc.

¹³³Ibid, p. 20.

¹³⁴Ibid, p. 13.

Aparentemente, el sociólogo, el estadístico y el experto están de acuerdo sobre el perfil de una tendencia. El experto, en este caso, es Coco Chanel que decía: "Los estadísticos asocian dicha definición a una figura, la curva en forma de campana –o curva de Gauss-". Esta función matemática describe perfectamente el ciclo de la moda: la fuerte ascensión, el apogeo que anuncia el inicio del declive y luego el descenso a los infiernos que transforma el objeto que ayer era de culto en un accesorio pasado de moda.¹³⁵

Partiendo entonces de esta explicación, la tendencia es un comportamiento adoptado en una temporalidad por una parte sustancial de un grupo o grupos, dentro de una época o situación específica la cual dictará lo que se percibe como un determinante para la aceptación social. La tendencia no proviene sólo de campañas hechas por la mercadotécnica o la publicidad, son los signos impuestos que renuevan el consumo a partir de nuevas significaciones que crean identidades dentro de la cultura de masas. "La sociedad de las masas tiende siempre a estereotiparse en torno a sentidos definitivos, nombrados, separados. Tal vez resulten simplistas para dar cuenta de lo que pasa en las profundidades de la psique humana, pero mantienen toda su pertinencia cuando se trata de analizar nuestra sociedad."¹³⁶

Al comprender el sistema de la moda a lo largo de nuestra vida, comienzan a surgir dudas interesantes acerca de todas aquellas acciones, pensamientos y objetos que hemos pensado nos hacen originales y diferencian unos de otros. Las ideas sobre que todos tenemos algo que nos hace únicos, tal vez tengan razón en decir que en el tiempo y el espacio donde nos desenvolvemos cambian y nos diferencian por los contextos históricos que ciertamente también son construcciones humanas que han determinado un sutil control de la vida cotidiana aún así pasen los siglos y las generaciones.

Después de todo, cada vez es más claro que la determinación social actual es el consumo que se refleja mediante la moda. La inserción del consumo en nuestras vidas se estructura a través de las funciones de la moda, una de ellas, el ícono. A lo largo de la historia, se observa que en el devenir del tiempo y el

¹³⁵ Ibid, p. 45

¹³⁶ Roland Barthes, op. cit., p. 431.

espacio, se van enmarcando rasgos identitarios que determinan el actuar social de los individuos.

Las diferentes generaciones se han encargado de aportar nuevas formas y maneras de hacer. Michel de Certeau, construye estas nuevas formas desde el libro "La invención de lo cotidiano, Vol. 1,"¹³⁷ al precisar que la cultura común y cotidiana siempre está en constante apropiación o reapropiación en el consumo de maneras de practicar.

La constante innovación es una actitud inherente al ser humano; explicada por la competencia, la supervivencia y la predominancia del más apto. El comportamiento humano desde la biología Herbert Spencer¹³⁸ y Charles Darwin¹³⁹ dieron la pauta para entender que el instinto de la prevalencia no sólo se observa a nivel de especies animales, está dentro de los fenómenos sociales, no es de sorprenderse que el sistema capitalista se comporte como un equivalente a la selección de especies. Con esta aseveración no se pone en duda la capacidad de los individuos, es un ejemplo basado en otras teorías, para entender las funciones de la moda como determinante social.

Si bien anteriormente se ha puntualizado el proceso cultural en el que está inmerso el sistema de la moda y la descripción de como se estructura este control interno en función de los significados retóricos detectados dentro de los procesos históricos y que contribuyen a formar una visión general del mundo no tendrían éxito de no ser por lo que conocemos como cohorte y/o generación. "Ana María Brígido, en el libro Sociología de la educación: Temas y perspectivas fundamentales"¹⁴⁰ y "Pedro Maldonado en Demografía: Conceptos y Técnicas Fundamentales, estudian y exponen puntualmente al estudio de las generaciones."¹⁴¹

¹³⁷ Michel Certeau, op. cit., 225pp.

¹³⁸ Mark Francis, *Herbert Spencer and the Invention of Modern Life*. Newcastle UK: Acumen Publishing, 2007.

¹³⁹ Charles Darwin, Alfred Wallace, *Teoría de la evolución de las especies*, Barcelona, Crítica, 2006, 416 pp.

¹⁴⁰ Ana María Brígido, *Sociología de la educación: Temas y perspectivas fundamentales*, Córdoba, Brujas, 2006, 326 pp.

¹⁴¹ Pedro Maldonado, *Demografía: Conceptos y Técnicas Fundamentales*, Barcelona, Plaza y Valdés, 2006, p. 11.

Las generaciones son un criterio para ordenar la historia en épocas y períodos convencionales, si bien el término generación nos resulta un poco nebuloso en el pensamiento, en términos prácticos es muy útil para contextualizar momentos socio-históricos, los cuáles, se agrupan desde patrones de conducta hasta actitudes sociales dentro de un período que generalmente es de mediano plazo, dada la condición de que existe una nueva generación la cuál propondrá una nueva significación para los signos ya existentes.

Al darle cabida al término generación, no se hace por los rasgos biológicos como la edad; se hace a razón de entender que son un cúmulo de personas que forman parte de un momento determinado, es decir que hayan estado presentes dentro de un mismo uso de criterio, lenguaje, ideología, música, comida, vestimenta, indumentaria etc. Estos puntos son las fases en las que los individuos pueden decir pertenecer a una generación o no. El "ser" parte de una generación en un tiempo y espacio específico no implica no convivir con otros que son de diferentes generaciones y seguir interactuando, es decir, todos navegamos a diario dentro de una la dialéctica de la vida cotidiana.

Epílogo

La Moda pasa... el estilo jamás: el Icono

Actualmente escuchamos nombres que tienen gran relevancia a nivel global; con sólo decirlos tenemos una idea-imagen acerca de como lucen o lucían, sus virtudes y defectos, signo zodiacal, helado favorito, la cita de sus sueños, su ropa, bolsa, zapatos, perfume, diseñadores favoritos, libros favoritos, etc. Marilyn Monroe, Cleopatra, Karl Marx, Coco Chanel, Robert Plant, Freddy Mercury, Elvis Presley, Edgar Allan Poe, Napoleón y Josefina. Los personajes de ficción, el Quijote, Dante y Beatriz, Romeo, Hamlet y Julieta, Harry Potter, Drácula, las princesas creadas por Walt Disney, la muñeca Barbie y la exitosa japonesa Hello Kitty, han marco una tendencia de gran importancia a lo largo del tiempo, han estado inmersos a lo largo de generaciones por medio del aprendizaje de usos y costumbres que se configuran en el imaginario social.

La determinación social de estos íconos actualmente se ha ligado al consumo, no solo monetario también ideológico, conocido como fama. "La fama es el resultado de procesos complejos, habitualmente realizados en condiciones de prisas y urgencias comunicativas, que permiten la visualización de personas en los medios y que suele ser, desde siempre, el mismo: las personas, intermediadas por los medios se transforman en personajes."¹⁴²

Esto sucede cuando la aparición en los medios de comunicación tiene efecto de propagación y difusión que contienen valores encaminados al prestigio social y el parámetro de medición del momento. El consumo masivo de todos estos personajes toma fuerza en el siglo XX y su esplendor comienza cuando se producen fenómenos que crean una transformación y reubicación de poderes el siglo XXI.

¹⁴² Margarita Riviere, *La fama: Iconos de la religión mediática*, Barcelona, Crítica, 2010, p. 10.

Los medios de comunicación juegan un papel primordial en la vida de todos los individuos desde el siglo XX, la apertura de vías comunicativas y creación de otras han consolidado los nuevos ámbitos para la identificación social.

Los medios, son formas artísticas que tienen el poder de imponer, igual que la poesía, sus propios supuestos. Los nuevos medios son formas de relacionarnos con el mundo, real, antiguo; son el mundo real y recrea a voluntad lo que queda del mundo antiguo. Sólo pueden confiarse a los nuevos artistas porque son formas de arte.¹⁴³

La apertura comunicativa del siglo XXI conocida como globalización, dio como resultado secundario una clara transformación social, pautó procesos dinámicos que junto con la exposición de la tecnología han construido entramados de significados y símbolos que configuraron movimientos culturales de suma importancia. El continuo desarrollo de la industria se vio vanagloriado por la rápida propagación de este nuevo tipo de relación social.

Ocurre entonces que estamos frente a una producción racionalizada, tan expansionista como centralizada, ruidosa y espectacular (...) calificada de "consumo", se encuentra dispersa, se insinúa en todas partes, silenciosa y casi invisible, pues no se señala con productos propios sino en las maneras de emplear los productos impuestos por el orden económico dominante.¹⁴⁴

El papel del ícono se encuentra en los medios de comunicación por su actuar social, recurriendo a la palabra, articulándose o desarticulándose, mediante la mirada sutil que provoca una percepción en las imágenes, ésta mirada no se hace sólo por los sentidos biológicos con los que contamos, también de manera social. La mirada se entiende "como prácticas sociales, diversas y específicas; por ejemplo, las miradas que son apropiadas a las imágenes estéticas o miradas que se constituyen, en el ejercicio de mirar aquello que se considera como arte."¹⁴⁵

¹⁴³ Ibid., p. 15.

¹⁴⁴ Michel de Certeau, op. cit., p. 43.

¹⁴⁵ Diego Lizarazo, *Hermenéutica de Las Imágenes: Iconos, Figuraciones, sueños*, México, Siglo XXI, 2004, p. 10

Este marco ha sido estudiado por diversas corrientes, uno de los aportes más importantes y profundos viene por parte del psicoanálisis, al exponer en diversas teorías que en la mirada existe una percepción que se refleja dentro de los sueños y los arquetipos. Entendiendo que el hablar de arquetipo se explican las bases fundamentales para entender al ícono información que pasa diariamente como simple, trivial y a veces rutinaria.

Un personaje que ha estudiado el arquetipo basado desde Platón es Carl Gustav Jung quien explica que:

Los arquetipos, (...) son formas e ideas eternamente heredadas que al principio no tienen ningún contenido específico. Su contenido específico solamente aparece en el curso de la vida del individuo, cuando la experiencia personal se establece precisamente en estas formas (...) Indudablemente hay arquetipos heredados que están, sin embargo, desprovistos de contenido porque, para empezar, no contienen ninguna experiencia personal. Sólo aparecen en la conciencia cuando las experiencias personales los han hecho visibles.¹⁴⁶

El estudio del arquetipo y su trascendencia en el tiempo social tiene su principal relevancia en el mito, contiene las formas de simbolismos y significados conservados hasta el día de hoy gracias a la memoria colectiva, a los usos y costumbres, frases coloquiales, cuentos, leyendas etc., percibidos por todos aquellos individuos con los que interactuamos diariamente. Ejemplos peculiares van desde, los cuentos de terror, las historias de vida de nuestros abuelos, las leyendas prehispánicas que inundan Coyoacán, la masacre del 68 o el gusto por algún personaje de ficción o realidad, la música, vestido, indumentaria de época, en fin todo aquello que nos es familiar.

Se tiene que entrar al estudio de los arquetipos para entender el posicionamiento del ícono, el estudio de la figuración se hace por a partir de ser una base sólida de formación realizada a partir de un entramado de significados que forma parte del aparato psíquico individual. Las figuraciones están ligadas por su reaparecer constante en la producción del imaginario social, "las figuraciones están formadas por individuos en cuerpo y alma en

¹⁴⁶ Wendy Doniger, *Mitos de otros pueblos: La cueva de los ecos*, Madrid, Siruela, 2005, p. 68.

constante movimiento e interdependencia estos viven siempre en figuraciones, las cuales son formadas por individuos."¹⁴⁷ Establecen situaciones, figuras, escenas, imágenes, de acuerdo a las elecciones de contextos socio-históricos que se han inclinado por el carácter occidental y que actualmente sustentan sus bases en entramados industriales.

La percepción del ícono en la vida moderna se hace prácticamente a base de una mercancía consumible, la moda, usa esta información determinando los valores del momento, la pertenencia a un grupo social o bien el alcanzar ejerciendo un control global que no se restringe tan fácilmente. El engaño consiste en aseverar que existe una novedad y variedad, pero realmente todas las estrellas e íconos actuales son reflejos de la determinación consumista por tener un reconocimiento inmediato que gira por la ambición de ser distinguido.

La importancia de la moda y el ícono da cabida a la homogeneización de la tendencia, determinando las formas identitarias en las nuevas generaciones, las cuáles se reapropian de configuraciones valóricas, indicadores que comienzan a captar lo que es propio de un rol social. Dando entrada a la aceptación por parte de los individuos que exhiben la importancia por querer ser reconocido conforme a las leyes sociales que le sean propias.

Uno de los medios de los que se ha servido Madonna para seguir alimentando su imagen de ícono postmoderno es la moda [...] en este caso la relación con la identidad resulta clara, sobre todo porque la moda contemporánea se presenta a sí misma como vendiendo identidad, tal vez por que percibe hasta que punto hay una demanda social de ese intangible 'producto'. Indudablemente en ello hay algo de sintomático: el hombre contemporáneo experimenta un déficit de identidad, en parte derivado de su paulatina transformación en ese 'hombre sin propiedades' de que habla Musil; y, al mismo tiempo, la progresiva democratización de nuestras sociedades nos ha vuelto especialmente vulnerables a esa particular forma de distinción y asimilación social en la que, según Simmel, consiste la moda, hasta el extremo de que algo aparentemente 'sólido' como la identidad, termina constituyendo un objeto más de venta y consumo.¹⁴⁸

¹⁴⁷ Fernando Huerta, *El juego del hombre: Deporte y masculinidad entre obreros*, México, Plaza y Valdes, 1999, p. 191.

¹⁴⁸ Ana Marta González, *Ficción e identidad. Ensayos de cultura postmoderna*, Madrid, Rialp, 2009, pp. 16-17.

Esta actitud expresa la capacidad que tienen los individuos de adoptar una posición crítica, apropiarse y transformar todo a favor de su imagen, sobre todo, cuando las nuevas tecnologías nos obligan a pensar en todos aquellos efectos que podemos producir en los ámbitos del espacio público de las sociedades actuales. El desarrollo tecnológico y la aparición de nuevas formas de representación visual, como la fotografía y el cine al video, internet y la imagen numérica, han puesto en crisis no sólo la pertenencia de los individuos mediante la imitación y diferenciación, se han extrapolado los deseos de alcanzar los ideales introyectados a lo largo de la percepción de diversas generaciones, como si fuera esta estado de formalidad y modalidad en lo que cotidianamente llamamos "cultura popular".

Es así como en el caso de la moda las apariencias proporcionan mejores justificaciones a un modelo que haga de la búsqueda intencionada de la distinción. De ahí la labor titánica a la que se expone el individuo actual al luchar para imitar a los íconos populares a lo largo de la historia y entonces poder trascender, aún hayan pasado siglos. Todas estas estructuras, sistemas y procesos en los que estamos inmersos convergen dentro de la presencia y la circulación de una representación que promociona códigos importantes como el estatus, que mucho tiene que ver con aquello que decimos es civilizado, educado, aceptado. "Y solamente entonces se puede apreciar la diferencia o la similitud entre la producción de la imagen y la producción secundaria que se esconde detrás de los procesos de su utilización."¹⁴⁹

El ícono es un proceso mudo, que se constituye en todas aquellas prácticas donde los individuos reapropiamos espacios organizados por la gama inmensa de producciones socioculturales a las que estamos expuestos en mayor escala por la expansión de las redes sociales. La amplitud e importancia del ícono como estudio de la moda, recae en ser un orden a partir de una creatividad que contiene una vigilancia sutil, expuesta en procesos como la mercantilización y el consumo que finalmente contienen valores disciplinarios.

¹⁴⁹ Michel de Certeau, op. cit., p. 45.

Dicho de otro modo, la moda es un reflejo sensato que expone y precisa todas aquellas formalidades complejas con las que cuenta y conforma a los íconos. El cúmulo de información que necesitamos saber para estar más adentro que afuera es direccionado al consumo ya sea de manera combinatoria o utilitaria. Sosteniendo que, mediante la configuración de nuestro imaginario social las prácticas sociales están determinadas bajo la red de relaciones a las que estamos habituados.

El acuerdo que se establece de manera objetiva entre unas clases de productos y unas clases de consumidores no se realiza como homología entre unos bienes y unos grupos, elegir, según los gustos propios es realizar una delimitación de los bienes que objetivamente han sido concebidos y armonizados entre sí, situados en posiciones equivalentes a sus respectivos espacios ayudando a las instituciones a homogeneizar bienes y grupos delimitándonos a grosso modo. Todos los casos de cooptación que se encuentran en la base de los grupos primarios son actos de conocimiento de los otros en tanto que son sujetos de operaciones de reconocimiento particularmente visible en los primeros encuentros, mediante las cuáles un habitus se asegura de su afinidad con otros habitus.

La armonía con la que se compone un ícono, frecuentemente desde su origen y reconocimiento asegura elecciones que expresan las estructuras de los circuitos de intercambios que reproducen las estructuras del espacio social tal como las apariencias y acciones dictaminan en el juego de la oferta y demanda.

La base de las afinidades inmediatas que orientan los encuentros sociales, desalentando las relaciones socialmente discordantes y alentando las relaciones armónicas, sin que tengan nunca que formularse de otra manera que no sea la del lenguaje socialmente conocido como simpatía o antipatía, "aquellos a quienes encontramos de nuestro gusto ponen en sus prácticas un gusto que no es diferente del que nosotros empleamos en la percepción de sus

prácticas. Dos personas no pueden darse mejor prueba de la afinidad de sus gustos que el gusto que tienen la una por la otra."¹⁵⁰

La fuerza de que disponen los individuos depende del estado de lucha con respecto a la definición de apuesta, la eficacia relativa que se encuentra sometida a variaciones según las prácticas que podrían producir efectos necesarios para la conversión de las luchas ajustadas a conjuntos de posibilidades o en su defecto de imposibilidades definidas racionalmente en estructuras de condiciones de existencia caracterizadas respecto al grado y criterio de la distinción.

¹⁵⁰ Pierre Bourdieu, *La distinción*, op. cit., p. 285.

CONCLUSIONES

La moda esta estrictamente codificada, es una combinatoria que posee una reserva finita de elementos y reglas de transformación. Se trata de reglas puramente formales, la moda nos parece imprevisible porque nos situamos en el plano de la reducida memoria humana. En cuanto aumentamos su dimensión histórica encontramos una regularidad muy profunda. “La moda nos miente, esta detrás de coartadas sociales y psicológicas¹⁵¹”.

Por una parte se trazan correspondencias entre el vestido y la indumentaria dentro de usos, unos caracteres, funciones, estaciones, prohibiciones, etc., la sociedad de las masas tiene una tendencia clara a estereotiparse en torno a sentidos definitivos, nombrados, separados, señalados y enjuiciados. El estar estereotipado resulta de una reflexión que tiene un aspecto continuo en la semiología. La cultura nos ofrece una gama inmensa de signos que circulan dentro de códigos, la proposición actual de que los objetos, penetrados por el lenguaje humano, crean formas que describen, comentan y conversan, no importando si existe o no una deficiencia física.

La moda ha cumplido la función por la que existe: la distinción. “El hombre se ha vestido para ejercer su actividad significante. Llevar un traje es fundamentalmente un acto de significación, más allá de los motivos del pudor, adorno y protección. Es un acto de significación y, en consecuencia, un acto profundamente social instalado en pleno corazón de la dialéctica de las sociedades.”¹⁵²

El estar a la moda, es una determinación social por el sutil hecho de que en un modo análogo revela nuestros sentimientos, oculta nuestras incomodidades y nos enuncia ante los demás sin explicar, concierne a todas las personas, a todo cuerpo humano hace una relación entre el cuerpo y la sociedad, de ello que sea fácil la determinación social consumista que coacciona nuestros

¹⁵¹ Roland Barthes, op., cit, p. 430.

¹⁵² Ibid, p. 419.

deseos al hecho de que compramos no sólo vestidos e indumentarias al por mayor que se encuentran en esta inflexión, las ideas, literatura, pintura, escultura, encasillan nuestros saberes e ideales, preferencias del ser y del deber ser, como elementos que en cierto modo nos comprometen al ser en su totalidad, en su vida diaria.

El tiempo histórico no se puede concebir como lineal y único, porque la historia está hecha de diversos tiempos de distinta duración que se superponen. Hay acontecimientos absolutamente puntuales: hay situaciones, de mayor duración y que denominamos coyunturas y por último, hay estructuras, cuya duración es mayor.¹⁵³

La determinación social de la moda y el consumo existe ligada a una forma particular y determinada de cadencia del tiempo, ya que sitúa en niveles las variaciones anuales a ciertas escalas históricas. El ejemplo revisado en este estudio son los momentos de la moda a través de su historia. El cuerpo es la indumentaria por excelencia, se someten las oscilaciones periódicas que forman términos que varían en siluetas, formas, bordados de estilo y colores dibujados, sometidos a la moda y la renovación de los detalles del presente futuro. Paradójicamente la moda cuenta la historia de la relación con el consumo de todas aquellas formas de comportamiento que radican en la comunicación, la distinción y el enclasmamiento en las sociedades modernas, técnicas e industriales.

La moda no existe dentro de sociedades antiguas ya que simplemente no estaban planteados ciertos estatutos codificados como los modales y la formas de vestir desarrollados como reglas determinantes para la correspondencia movilizadora de la sociedad.

¹⁵³ George Uber, *La Configuración del tiempo: Observaciones sobre la historia de las cosas*, Madrid, Nerea, 2003, p. 164.

Diría Norbert Elías, que:

Opinemos lo que opinemos sobre las manifestaciones, actitudes, deseos y configuraciones humanas, con independencia de la vida social de los hombres, todo ello es por razón de su esencia, materialización de las relaciones y los comportamientos humanos; esto es, materialización de los elementos sociales y psíquicos.¹⁵⁴

Las relaciones humanas son entonces todo lo relativo a nuestra escala de valores, manifestadas en puntos de vista, es decir, la lengua, a través, de la moda en cierto modo son muy significativas disfrazadas de una insignificancia en la vida cotidiana, pero que revelan aspectos de la estructura social y de la evolución de todas aquellas manifestaciones que permiten ver y considerar las dinámicas de las relaciones humanas, todos consumimos más allá de los objetos, consumimos características que dominan a veces modos de comportamiento muy determinados que, remitiéndonos al pasado son muy parecidos a los que tiene Occidente.

Tal es, precisamente que la moda es un determinante social para el consumo porque justifica la materialización de los objetos en la sociedad a razón de comportamientos determinados por expresiones en correspondencia con situaciones sociales concretas y posteriormente globales que permiten intensificar y justificar límites en direcciones y ritmos determinados en tiempos concretos.

Mirar sin ser visto, sin ser visto mirado y sin ser mirado, o, como se dice, a hurtadillas y mejor, es hurtar al prójimo su imagen. Mirando al que mira, rectificando los modales, doy a mirar como quiero ser mirado, doy la imagen de mí que quiero dar y, simplemente, "doy" la imagen de mí.¹⁵⁵

La moda y la mirada insertan las reglas para entender convencionalismos de modales que parecen favorecer nuestro estilo de vida "moderno" para mantener, hacer o romper, relaciones sociales de la vida cotidiana.

¹⁵⁴ Norbert Elías, op, cit., p. 201.

¹⁵⁵ Pierre Bourdieu, El sentido social del gusto, op, cit., p. 62.

Partiendo de que la presión se expande en las generaciones que favorecen las relaciones de pertenencia, la consistente imitación en los individuos recae donde las reglas sociales de conducta y códigos morales son expuestos singularidades, los intercambios sociales, estrictamente reglados por convenciones consagradas, se cumplen en la obsesión del juicio de los otros, bajo la mirada de la opinión pronta a condenar, en nombre de normas indiscutibles e indiscutidas, y están siempre dominados por la preocupación de dar de sí la mejor imagen.

Suponiendo que sean las más conformes al ideal y el seguimiento de este pensamiento estaremos hablando del ícono. La percepción determina la actividad humana de aquellos que serán objeto social de una figuración, de un estigma, adecuado a ciertos patrones de significación que se aplicarán en la vida cotidiana.

Entender los patrones se remite a la historia del gusto, conocimiento que se posiciona en la capacidad de diferenciar, pero sobre todo, de generar necesidades y el manejo adecuado para que persistan designando o consagrando a ciertos individuos que se vuelven productos para ser admirados y apreciados desde ciertas instancias sociales. Observando que el ícono es el enclave actual para el refinamiento de las reglas sociales augurando el éxito futuro, mediante las reglas de imitación y pretensión que actualmente generan conductas consumistas.

La consistente imitación de la moda recae en la semiótica, reviste círculos de necesidades y la condición actual de que la educación supone a largo plazo una movilidad social mayor y un reconocimiento social mediado por la situación económica, condición que no siempre se cumplirá, pero que obtiene importancia dentro de juicios pretensivos idealizado en los cantantes, artistas, actores, políticos, modelos, diseñadores, editores de revistas, grupos musicales, escritores, literatos, poetas y músicos, etc.,

La moda en la actualidad ha determinado un modo consumista en el que imperan las condiciones de producción modernas, anunciadas como una acumulación de espectáculos, efectos secundarios de la exposición al proceso civilizatorio y resultado de una evolución económica en general.

Nuestra época, sin duda alguna, prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad, la apariencia al ser... Para ella, lo único "sagrado" es la ilusión, mientras que lo profano es la verdad. Es más, lo sagrado se engrandece a sus ojos medida que disminuye la verdad y aumenta la ilusión, tanto que el colmo de la ilusión es para ella el colmo de lo sagrado.¹⁵⁶

La información relevante en este estudio es la aproximación a propiedades determinadas por la moda, las características más o menos permanentes, se contraponen a los sentimientos y deseos, estados de ánimo e intenciones de todos los individuos que estamos inmersos dentro de la vida cotidiana. Decir que existe un panorama sombrío como término de esta tesis sería caer en muchas de las generalizaciones, que se hacen acerca de la moda y la rudeza con la que nos trata.

La reproducción de las costumbres sociales que nos han condicionado, no se realiza tan sólo en un ámbito de inclusión/exclusión, ni de puertas cerradas, el precio de la evolución es éste. La transformación, la regulación, la represión y la ocultación de la vida instintiva no han cambiado, si bien estamos privatizados de manera cada vez más intensa y más completa desde hace siglos tienen consecuencias diversas y una de ellas es esta. El individuo se ha convertido en un campo de lucha constante inmerso en un mar de información que día a día nos lleva a estar conectados unos con otros mediante las redes sociales, poco a poco el ámbito de lo público y lo privado desaparece más.

La confrontación con lo que hemos sido y somos a lo largo de la historia, de las maneras de hacer, no son razón para caer en prenociones de verdades absolutas, la realidad es, la cultura y la civilización han trascendido y estarán aquí cuando nuestra generación haya pasado de moda, recordemos que el

¹⁵⁶ Ludwig Feuerbach, *La esencia del cristianismo*, Madrid, TROTTA, 2009, p. 49.

mundo social esta socialmente construido por el procedimiento de pensamiento en el mundo de la vida cotidiana. El buscar la objetividad de la realidad puede parecer un infierno, probablemente nunca nos cansemos de continuar con la búsqueda de la verdad, mientras tanto, la interpretación que como científicos e individuos le demos es aquello que marcará por siempre la diferencia.

Por último, la conclusión de este estudio se encuentra dentro de las siguientes líneas:

Las oposiciones en apariencia más formales de esa mitología social siempre deben su eficacia ideológica al hecho de que remiten, más o menos discretamente, a las oposiciones más fundamentales del orden social: la que, inscrita en la división del trabajo, se establece entre dominantes y dominados, y la que, fundada en la división del trabajo de dominación, enfrenta, en el seno de la clase dominante, dos principios de dominación, dos poderes, dominante y dominado, temporal y espiritual material e intelectual, etcétera. Esto quiere decir que el esquema del espacio social anteriormente propuesto puede también leerse como un riguroso cuadro de las categorías históricamente constituidas y adquiridas que organizan el pensamiento del mundo social del conjunto de los sujetos pertenecientes a ese mundo y modelados por él. Debido al hecho de que los mismos esquemas clasificadores (y las oposiciones en que se expresan) pueden funcionar, especificándose, en campos organizados alrededor de oposiciones polares, ya se trate del campo de la clase dominante, organizada alrededor de una oposición homóloga a la oposición constitutiva del campo de las clases sociales, o del campo de producción cultural, organizado a su vez alrededor de oposiciones que, al reproducir la estructura de la clase dominante, son homólogas a la precedente (como puede ser la oposición entre teatro burgués y teatro de vanguardia), la oposición fundamental no cesa de sostener las oposiciones de segundo, tercero o enésimo orden (las que motivan los juicios éticos y estéticos más "puros", con sus sentimientos bajos elevados, sus bellezas fáciles o difíciles, sus estilos ligeros o pesados etcétera), utilizando eufemismos hasta el punto de hacer irreconocible: así, la oposición entre lo pesado y lo ligero, que en muchos de sus usos, principalmente en los escolares, servirá para distinguir los gustos populares o pequeñoburgueses de los gustos burgueses.¹⁵⁷

¹⁵⁷ Pierre Bourdieu, *La distinción*, op, cit., pp. 552-553.

Todo enfrenta una coherencia intencional de prácticas y discursos engendrados en principio explícito y objetivo de esquemas y pensamientos de acción adquiridos por una simple familiarización que esta fuera de cualquier inculcación explícita y empleada de un modo pre-reflexivo. Para evitar cualquier absolutismo de la cultura se hace una jerarquización social, tanto más la verdad de los gustos reside en la organización y funcionamiento del sistema escolar, encargado de inculcar la búsqueda del estilo personal y una cierta ambición de originalidad.

FUENTES DE INFORMACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

1. Bachelard, Gastón, *La poética del espacio*, México, FCE, 2002, 281pp.
2. Bagú, Sergio, *Tiempo, realidad social y conocimiento. Propuesta de interpretación*, México, Siglo XXI Editores, 1970, 197 pp.
3. Barthes Roland, *El sistema de la moda*, Buenos Aires, Editorial Paídos, 2003, 434pp.
4. Baudrillard, Jean, *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*, Barcelona, Plaza & Janés Editores, 1974, 278 pp.
5. Bauman, Zygmunt, *Vida de consumo*, México, FCE, 2007, 205pp.
6. Beuchot, Mauricio, *La semiótica. Teorías del signo y el lenguaje en la historia*, México, FCE, 2004, 208 pp.
7. Brigido, María Ana, *Sociología de la educación: Temas y perspectivas fundamentales*, Córdoba, Editorial Brujas, 2006, 326 pp.
8. Bourdieu, Pierre, *Cuestiones de la Sociología*, Madrid, Istmo, 2004, 266pp.
9. Bourdieu, Pierre, *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*, Buenos Aires, Siglo XXI Editores, 2011, 282 pp.
10. Bunge, Mario, *Buscar la filosofía en las ciencias sociales*, México, Siglo XXI Editores, 2005, 581pp.
11. Beward, Cristopher, *The Culture of Fashion*, , Manchester University Press, Manchester, 1994, 244pp.
12. Certeau, Michel de, *La Invención de lo Cotidiano: Artes de Hacer Vol. 1*, México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Iberoamericana, 2000, 225 pp.

13. Cosgrove, Bronwyn, *Historia de la moda: Desde Egipto hasta nuestros días*, Barcelona, Gustavo Gili, 2005, 256pp.
14. Curran, James, Morley David, Walkerdine, Valerie, "Estudios culturales y comunicación", *Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Buenos Aires, Ediciones Paídos, 1998, 539pp.
15. Déloye Yves, *Sociología histórica de lo político*, Santiago de Chile, LOM, 2004 109pp.
16. Darwin, Charles, Wallace R. Alfred, *Teoría de la evolución de las especies*, Barcelona, Editorial Crítica, 2006, 416 pp.
17. Debord, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Valencia, Gallimard, 2003, 221pp.
18. Doniger, Wendy, *Mitos de otros pueblos: La cueva de los ecos*, Madrid, Siruela, 2005, 312pp.
19. Durkheim, Émile, *Las reglas del método sociológico*, México, Colofón, 2006, 136pp.
20. Eco, Umberto, *Historia de la Fealdad*, Barcelona, Editorial Lumen, 2007, 454 pp.
21. Eco, Umberto, *Historia de la Belleza*, Barcelona, Editorial Lumen, 2009, 438 pp.
22. Elías, Norbert, *El proceso de la civilización: Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*, México, Fondo de Cultura Económica, 2000, 673 pp.
23. Entwistle, Joanne, *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Barcelona, Paidós, 2002, 309 pp.

24. Fernández, Pablo, *La sociedad mental*, ANTROPOS Barcelona, 2004, 285pp.
25. Feuerbach, Ludwig, *La esencia del cristianismo*, Madrid, TROTТА, 2009, 400 pp.
26. Francis, Mark, *Herbert Spencer and the Invention of Modern Life*. Newcastle UK: Acumen Publishing, 2007, 69 pp.
27. Gallino, Luciano, *Diccionario de Sociología*, México, Siglo XXI, 2005, 1024 pp.
28. Giménez, Gilberto, *Teoría y análisis de la cultura Vo. 1*, México, Intersecciones, 2005, 450pp.
29. Goffman, Erving, *Estigma: La identidad deteriorada*, Madrid, Amorrurtu, 2006, 176 pp.
30. Goffman, Erving, *Relaciones en Público: Microestudios del orden público*, Madrid, Alianza, 1979, 379 pp.
31. González, Ana Marta, *Ficción e identidad. Ensayos de cultura postmoderna*, Madrid, Rialp, 2009, 192 pp.
32. Hernandez, J. Miguel, *Religión y Cultura: Crisol de Transformaciones*, México, El Colegio de Michoacán Consejo de Ciencia y Tecnología, 2003, 311pp.
33. Huerta, Fernando, *El juego del hombre: Deporte y masculinidad entre obreros*, México, Plaza y Valdes, 1999, 278 pp.
34. Kluber, George, *La Configuración del tiempo: Observaciones sobre la historia de las cosas*, Madrid, Nerea, 2003, 213pp.
35. Lehnert, Gertrud, *Historia de la moda del siglo XX*, Barcelona, Könemann, 120pp.

36. Leyva, Gustavo, Vera, Héctor, Zabludovsky Gina (coord), *Norbert Elías: Legado y Perspectivas*, México, Lupus Inquisitor, 2000, 2009 pp.
37. Lipovestky, Gilles, *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*, Madrid, Anagrama, 2007, 324pp.
38. Lizarazo, Diego, *Hermenéutica de Las Imágenes: Iconos, Figuraciones, sueños*, México, Siglo XXI, 2004, 257 pp.
39. Luhmann, Niklas, *Sistemas sociales: Lineamientos para una teoría general*, Barcelona, Ed. Rubí, 446pp.
40. Luhmann, Niklas, *Introducción a la Teoría de los Sistema*, México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente Universidad Iberoamericana, 2002, 304pp.
41. Maldonado, Pedro, *Demografía: Conceptos y Técnicas Fundamentales*, Barcelona, Plaza y Valdés, 2006, 164pp.
42. Mann, León, *Elementos de psicología social*, México, Limusa, 1999, 121pp.
43. Manhner, Martin, Bunge Mario, *Fundamentos de Biofilosofía*, México, Siglo XXI, 2000, 454 pp.
44. Marcuse, Herbert, *El hombre Unidimensional*, Barcelona, Ariel, 2010, 255pp.
45. Martínez, Eugenio, *Lingüística: Teoría y Aplicaciones*, México, Masson, 2002, 250 pp.
46. Marx, Karl, *Manuscritos económicos y filosóficos de 1844*, Buenos Aires, Colihue Clásica, 2006, 312 pp.

47. Moreno, Sardo, Amparo, *La otra política de Aristóteles: Cultura de Masas y Divulgación del arquetipo viril*, Barcelona, Editorial Icaria, 1988, 244pp.
48. Muñoz, Blanca, *Cultura y Comunicación: Introducción a las teorías contemporáneas*, Madrid, Ed. Fundamentos, 2005, 399pp.
49. Ortega, P., Claudia, *La investigación tecnológica en la Universidad Autónoma del Estado de México: Elementos para la construcción de una red socio-técnica*, México, ANUIES, 2000, 129 pp.
50. Palacios, Leopoldo, *El concepto de persona*, Madrid, Ed. Rialp, 1989, 293 pp.
51. Pérez, Tornero, José Manuel, et. al., *La seducción de la opulencia. Publicidad, moda y consumo*, Barcelona, Ediciones Paidós, 1992, 139pp.
52. Pérez, M, Herón, *En pos del signo. Introducción a la semiótica, Michoacán*, El Colegio de Michoacán, 2009, 415 pp.
53. PINTOS, Juan Luis, *Los Imaginarios Sociales: la nueva construcción de la realidad social*, Madrid, Sal Terrae, 2000, 57 pp.
54. Prior, O., Ángel, *La libertad en el pensamiento de Marx*, Valencia, EDITUM, 1988, 252 pp.
55. Riviére, Margarita, *La fama: Iconos de la religión mediática*, Barcelona, Crítica, 2010, 368 pp.
56. Saint- Exupéry, Antoine de, *El principito*, México, SELECTOR, 2004, 77pp.
57. Smiles, Samuel, *Vida y trabajo, o caracteres peculiares de los hombres según su laboriosidad cultura y su genio*, Madrid, Sopena, 1887, 348pp.

58. Saussure De Ferdinand, *Curso de lingüística general*, México, Distribuciones Fontamara, 2010, 336pp.
59. Simmel, Georg, *Filosofía de la coquetería : Filosofía de la moda; Lo masculino y lo femenino y otros ensayos*, Revista de Occidente, Madrid, 1924, 229pp.
60. Simmel, Georg, *Filosofía del dinero*, Madrid, Instituto de Estudios Políticos, 1977, 663 pp.
61. Tarde, Gabriel, *Las leyes sociales*, Barcelona, Editorial Sopena, 1897, 127pp.
62. Tocqueville, Alexis de., *El Antiguo Régimen y la Revolución*, Madrid, Alianza, 2004, 348 pp.
63. Turbert, Silvia, *Sigmund Freud*, Madrid, Edaf y Morales, 2000, 244 pp.
64. Veblen, Thorstein, *Teoría de la clase ociosa*, México, Fondo de Cultura Económica, 2004, 309pp.
65. Watzalick, Paul, *La realidad inventada*, Barcelona, Gedisa, 2000, 208pp.
66. Yonnet, Paul, *Juegos, modas y masas*, Barcelona, Editorial Gedisa, 1988, 293 pp.

HEMEROGRAFÍA

1. Goffman, Erving, "Symbols of Class Status", *The British Journal of Sociology* 2, No. 4, 1951, p.p. 209-304.
2. Lozano, Jorge, "Simmel: La moda un atractivo formal del límite", en; REDALYC (Red de Revistas Científicas de América Latina. El Caribe, España y Portugal), No. 89, agosto del 2000

Glosario de conceptos para la concepción de la Moda como un determinante social para el consumo

Aparato Psíquico.- El aparato psíquico es un modelo (Freud lo considera una ficción teórica) de nuestro funcionamiento mental, entendido como un trabajo. La tópica o topografía psicoanalítica supone una diferenciación de ese aparato en diversos sistemas dotados de otras tantas características o funciones y dispuestos en cierto orden. Se trata de una representación espacial que considera esos sistemas metafóricamente como lugares psíquicos. El punto de partida de esta figuración es una serie de observaciones referidas a comportamientos, recuerdos, representaciones, de lo que el sujeto no dispone conscientemente. Freud desarrolla dos modelos tópicos del aparato psíquico: el primero, que consideré en esta sección, distingue entre Inconsciente, Preconsciente y Consciencia. El segundo, que expondré después de referirme a la teoría de las pulsiones, fue elaborado veinte años después y diferencia tres instancias en el aparato psíquico: Ello, Yo y Superyó.

Cambio Social.- Se explica a la luz de la noción de proceso civilizatorio como un continuo devenir.

Civilización.- Se refiere a hechos muy diversos, tanto al grado alcanzado por la técnica como al tipo de modales reinantes, al desarrollo del conocimiento científico, a las ideas religiosas y a las costumbres. Este concepto expresa la autoconciencia de Occidente. El concepto resume todo aquello que la sociedad occidental de los últimos dos o tres siglos cree llevar de ventaja a las sociedades anteriores o a las contemporáneas. Con el término civilización, trata la sociedad occidental de caracterizar aquello que expresa su peculiaridad y de lo que siente orgullosa, el grado alcanzado por su técnica, sus modales, el desarrollo de sus conocimientos científicos, su concepción del mundo y muchas otras cosas.

Codificación del vestido e indumentaria.- Establecimiento de relaciones entre determinados tipos de vestuario y determinados oficios, clases sociales, ciudades, regiones. El vestido participa de esa actividad tan vital consistente en conferir un sentido a los objetos. Desde siempre, el vestido ha sido objeto de "codificación".

Consumo.- Es ese estado donde la mercancía es inmediatamente producida como signo, como valor/signo, y los signos (la cultura) como mercancía. Y del mismo modo, el consumo también es presentado desde la óptica única y excluyente de su valor simbólico. El consumo no es ni una práctica material, ni una fenomenología, de la "abundancia", no se define ni por el alimento que se digiere, ni por la ropa que se viste, ni por el automóvil del que uno se vale, ni por la sustancia oral y visual de las imágenes y de los mensajes, sino por la organización de todo esto en sustancia significante; es la totalidad virtual de todos los objetos y mensajes constituidos desde ahora en un discurso más o menos coherente. Es una actividad de manipulación sistemática de signos para volverse objeto del consumo es preciso que el objeto se vuelva signo.

Cultura.- El concepto de cultura tiene en principio un carácter diferenciador, se refleja la conciencia de sí misma que tiene una nación; se refiere en primer término a la forma de comportarse o de presentarse de los seres humanos. Designa una cualidad social de los seres humanos, vivienda, sus maneras, su lenguaje, su vestimenta, a diferencia del término "cultural", que no se refiere de modo inmediato a los hombres, sino exclusivamente a ciertas realizaciones humanas. La cultura en la actualidad se refiere a productos del hombre dotados de realidad, como las obras de arte, los libros, los teléfonos etc. Se expresa una peculiaridad de un pueblo.

Dialéctica.- La dialéctica se presenta bajo formas de materialismo histórico, en la variante que acentúa el papel de la praxis en la transformación de la sociedad, o bien en la variante que acentúa, en lugar de la praxis política y de la estructura social, el papel de los componentes culturales. También se presenta a razón de un materialismo histórico. La formalización de la dialéctica

como proceso de retroacción y entre sistemas sociales e intelectuales. Su mayor antagonista es la lógica formal.

Estructura.- Condensaciones de sentido mediante la repetición de identidad de los sistemas en contextos distintos, la generalización de la identidad más allá del momento individual en el que se presentan, lo mismo vale para objetos, situaciones, períodos de tiempo personas etc.

Figuración.- El concepto apunta a una posición de equilibrio entre las concepciones atomísticas (aquéllas para las cuáles sólo el sujeto individual es real) y las holistas (las que consideran que sólo la sociedad es real). Una figuración social es la red de acciones interdependientes que conforman algunos individuos durante un tiempo determinado. La estructura y el devenir de dicha figuración no pueden ser establecidos de antemano ya que dependen del tipo de relaciones que en ella se establezcan. A su vez las relaciones dependen del gradiente de poder que existe entre los participantes.

Generación.- Una generación en estricto sentido es un grupo de personas que comparten simultáneamente una experiencia demográfica al que se observa durante un cierto tiempo, personas nacidas en un año específico, matrimonios, clases escolares, etc.

Identidad social.- Al hablar de identidad social, se habla de las grandes categorías sociales, a las que puede pertenecer y verse que pertenece, el individuo: grupo edades, sexo, clase, regimiento. Al hablar de identidad personal se habla de la continuidad organiza única que se imputa a cada individuo la cual se establece mediante señas distintivas como nombre y aspecto, y se perfecciona mediante el conocimiento de su biografía y sus atributos sociales, conocimiento que se llega a organizar en torno a señas distintivas.

Imaginario Social.- Tiene que ver con las visiones del mundo, con los metarrelatos, con las mitologías y las cosmologías; pero no se configura como arquetipo fundante sino como forma transitoria de expresión, como mecanismo

indirecto de reproducción social, como sustancia cultural histórica. Tiene que ver también con los “estereotipos”, (en cuanto que genera efectos de identificación colectiva), pero va más allá de las simples tipologías descriptivas de “roles”, porque precisamente rompe la linealidad, articulando un sentido. Aparece como opuesto al concepto en tanto que noción vaga e imprecisa, no susceptible de clarificación por la dialéctica de lo abstracto y lo concreto, de lo ideal y lo material. Sin embargo, es resistente a cualquier tipo de ataque frontal con los instrumentos del análisis lingüísticos o estadísticos. Aparece como forma imaginaria de la relación social, pero no está construido, como las imágenes, por la inversión y el desvanecimiento del objeto.

Individuo.- Referida en dos, unidad vehicular y como unidad de participación, y como contraste introduciendo de pasada otras dos capacidades en las que puede tener actividad del individuo: la de coparticipante en un encuentro y la de alguien a quien se considera meramente presente en un encuentro y la de alguien a quien se considera meramente presente en un contexto o reunión social. La idea de individuo deja de tener sentido analíticamente coherente y único y es posible que se hayan de emplear en su lugar varios términos diferentes.

Lengua.- Es una institución un cuerpo abstracto de restricciones, el habla, es la parte momentánea de esa institución que el individuo toma y actualiza para sus necesidades comunicativas; la lengua emana de la masa de las palabras emitidas y, no obstante, toda habla es tomada a su vez, de la lengua: esa dialéctica, es en historia, la de la estructura y el acontecimiento y, en teoría de la comunicación, la del código y el mensaje.

Lenguaje.- El lenguaje es multiforme heteróclito; a caballo en diferentes dominios, a la vez físico, fisiológico, psíquico, pertenece además al dominio individual y al dominio social; no se deja clasificar en ninguna de las categorías de los hechos humanos, porque no se sabe cómo desembrollar su unidad.

Metalinguaje.- Es una operación, en tanto que la semiótica connotativa no lo es. Es evidente que la semiología, por ejemplo es un metalinguaje puesto que

se hace cargo a título de sistema secundario de un lenguaje primario (lenguaje-objeto), que es el lenguaje estudiado, y este sistema-objeto es significado a través del metalenguaje de semiología. La noción de metalenguaje no debe reservarse a los lenguajes científicos. Tenemos así, para terminar, un conjunto complejo en el cual el lenguaje, en su nivel denotado en metalenguaje, pero donde este metalenguaje es a su vez incorporado a un proceso de connotación (da el tono a un texto).

Proceso Civilizadorio.- El proceso civilizatorio es concebido como transformación del comportamiento que históricamente coincide con la progresiva división de funciones y la consolidación de los monopolios fiscales y de la violencia física legítima en manos del Estado. La creciente dependencia social se produce de forma paralela al fortalecimiento del control y autocontrol que se expresa en el “aumento del umbral de la vergüenza y el desagrado.

Realidad.- La influencia de la fenomenología a través de Schutz, Berger y Luckmann conciben su teoría sociológica sobre la construcción social de la realidad como una sociología del conocimiento. Las palabras clave de esta teoría son “realidad” y “conocimiento”. La realidad se define “como una cualidad propia de los fenómenos que reconocemos como independientes de nuestra propia volición (no podemos “hacerlos desaparecer). Y el conocimiento se define “como la certidumbre de que los fenómenos son reales y de que poseen características específicas. En la definición de realidad se pueden reconocer huellas, como también lo afirman los autores, de la definición que hace Durkheim del hecho social como realidad. Max Weber hace entonces de la acción social como la acción subjetivamente significativa.

Retórica.- Construcción coherente de significados.

Significados y significantes.- Sin mayores precisiones, se tratará siempre de los elementos del código de vestimentario escrito o sistema terminológico.

Sistema.- Diferencia que resulta de la diferencia entre sistema y entorno, Existen cuatro tipo de sistemas: las maquinas, los organismos, los sistemas sociales y los sistemas psíquicos.

Sistema de la moda.- El sistema de la moda está explicado en dos, la descripción por una parte de un “vestido a la moda” y la superposición de varios sistemas de sentidos: por una parte, eso que podríamos llamar “código vestimentario”, que reglamenta un determinado número de usos y por otra parte, la retórica, es decir el modo en que cierto escrito (revista), expresa ese código y que por su parte remite a una cierta visión del mundo a una ideología. El análisis semiológico permite determinar el lugar de la ideología en el sistema general del sentido.

Sistema social.- Imagen de una nación como comunidad. Dentro de este sistema existe un nivel relativamente elevado de igualdad entre los hombres puesto que la integración descansa sobre la misma socialización de los individuos, sobre la unidad de sus normas y valores en la totalidad del sistema.

Sociedad.- El concepto de sociedad como totalidad (Gesamtheit) de relaciones sociales consistentes esencialmente en relaciones de producción específicas, correspondientes a una determinada fase de desarrollo histórico, contrapuesto al concepto genérico y ahistórico de sociedad empleado por los estudios sociales de la época, véase Marx-Engels 1848.

Sociedad de consumo.- Se caracteriza por el incremento de los gastos, tanto de los particulares como del Estado, éste último para intentar eliminar parte de la desigualdad que existe en la sociedad actual.

Teleología.- Este concepto expresa un modo de explicación basado en causas finales. Aristóteles y los Escolásticos son considerados como teleológicos en oposición a las causalistas o mecanicistas.

Tiempo social.- La realidad social es una unidad de diferentes tiempos sociales. Hay procesos que se desenvuelven y operan a corto plazo, otros que sólo se adquieren sentido y sus verdaderas dimensiones a largo plazo. La noción del tiempo social es distinta a la del tiempo cronológico. Este es lineal, continuo, homogéneo y lo percibimos mediante unidades conocidas segundos, minutos, horas, días, semanas, meses, años siglos. El reloj y el calendario son instrumentos de medición. El tiempo social por el contrario, es diferencial, heterogéneo y discontinuo. Se dilata y condensa. Hay momentos sociales en el que el tiempo parece transcurrir lentamente. En épocas de cambio social, a su vez, avanza de manera acelerada.

Trascendente.- Lo trascendente es aquello que se encuentra por encima de lo puramente inmanente. Y la inmanencia es, precisamente, la propiedad por la que una determinada realidad permanece como cerrada en sí misma, agotando en ella todo su ser y su actuar. La trascendencia supone, por tanto, la inmanencia como uno de sus momentos al cual se añade la superación que el trascender representa.

ANEXOS

Cuando las cosas de la sociedad se mercantilizan, y ya no hay objetos queridos sino solamente mercancías, y entonces ya no hay utensilios sino mercancías, ni actividades como descansar sino mercancías, como vacaciones, ni personas como Juan y Pedro sino mercancías con Marilyn Monroe cuyo nombre está patentado como marca registrada, junto con el de Albert Einstein y el de Sigmund Freud, para poderlos volver a vender después de muertos, entonces se da en la percepción esta inversión en donde la figura pasa a ser el fondo, y el cúmulo de cosas con que és un plano visual donde nada resalta nada sobresale, y uno muy bien puede decir que ese lugar está vacío y así la soledad, después de tantos años de ser tan industriosa, se encuentra dentro del mismo estado de cosas que la Edad Media, que era un lugar sin objetos, con un telón de fondo de bosque y ciertamente, cuando uno entra en los centros comerciales que se volvieron los únicos lugares adonde ir hacia finales del siglo XX, uno se encuentra otra vez, efectivamente perdido en el bosque como Hansel y Gretel, sin nada que lo guíe en este bosque de mercancías.¹⁵⁸

Esta lista facilitará la lectura del apartado "De Cleopatra a los Hipsters: Historia de la moda". Introduce a la división del cuerpo y su relación con la vestimenta al paso del tiempo. La idea-imagen, sigue siendo la misma desde hace más de un siglo hasta la actualidad.

Lista de las especies y los géneros

He aquí pues, por géneros, el inventario de las especies identificadas en el corpus estudiado :

- 1.- ABRIGO: Abrigo (cardigan-japonés), auto-coat, gabán, gabardina, guardapolvo, impermeable, levita, pelliza, sobretodo, trenca.
- 2.- ACCESORIO: Hemos visto que este género comprendía variedades (*bolso, guantes, monedero etc.*), pero esas variedades no eran especies. El accesorio es un género sin especie, sus variedades forman parte de otros géneros; sin duda se opone implícitamente a la *prenda*.
- 3.- ADORNO: (u ornamento): *Cintas, festones, guirrnaldas, nudos, volantes.*

¹⁵⁸ Pablo Fernández, , *La sociedad mental*, ANTROPOS, Barcelona, 2004, p. 48.

- 4.- BLUSA: Blusa (*-delantal,- suéter, - túnica*), *blusón, caftán, camisa, camisera, canesú, casaca, casulla, corpiño, marinera, pichi, polo, top, túnica*.
- 5.- BOLSILLO: Bolsillo (*-canguro,-chaleco, -plastrón*)
- 6.- BOLSO.
- 7.- BORDE: *Bies, borde, cinta, contorno, cordoncillo, dobladillo, encañonado, festón, fleco, galón, orla, respunte, ribete, trencilla, trenza, volante*. Algunas de estas especies pueden situarse en otros géneros, si no se presentan como borde (*respuntes y volantes, por ejemplo*).
- 8.- BRAZALETE: *Anillos, brazalete, medalla*.
- 9.- BROCHE.
- 10.- CADERAS: Como con los hombros, hay que distinguir entre la indicación anatómica (*sobre la cadera, hasta las caderas*) y el soporte vestimentario (*caderas ceñidas*).
- 11.- CAPA: *Capa- (esclavina)*.
- 12.- CAPUCHA: *Capucha, cuculla*.
- 13.- CARTERA: *Cartera, solapa*.
- 14.- CASQUETE.
- 15.- CHAL: *Berta, chal, esclavina, estola, estufilla, mantón*. Este género de prendas se apoya en los hombros, mientras que el género vecino de los echarpes o bufandas se apoya en el cuello; no hay, pues, ninguna ambigüedad sintagmática, entre estos dos géneros. Puede haberle entre algunas especies de chales (la berta, por ejemplo) y algunas especies de cuellos (anchos, redondos, vueltos), porque aquí la distinción sólo puede provenir implícitamente de consideraciones tecnológicas: el cuello, en principio, está sujeto al cuerpo del vestido, la Berta es una prenda independiente; por eso la berta no se opone al cuello, salvo que se la nombre: *cuello-bera*.
- 16.- CHALECO: *Cardigan, chaleco, rebeca*.
- 17.- CHAQUETA: *Americana, blazer, cazadora, chaqueta (-quimono) (spencer, -suéter), chaquetón, guerrera, torera*.
- 18.- CINTURÓN: *Cadena, cinturón (-corselete), lazo pretina*. La pretina no es un cinturón; pero para ser especie de género Cinturón, basta con que sea sintagmáticamente incompatible con el cinturón.
- 19.- COLLAR: *Cadena, collar (de cuentas), gargantilla*.

20.- COLOR: Las especies de colores son infinitas y el único modo de dominarlas es elaborar una lista fastidiosa; van desde los colores simples (*rojo, verde, azul, etc.*) a los colores metafóricos (*musgo, tilo, Pernod*) e incluso los colores meramente cualitativos (*alegres, vivos, neutros, estridentes*); esta infinidad se ve compensada por la simplicidad de la variante implícita que los hace significar realmente: la marca.

21.- CONJUNTO: *Biquini, combinado, conjunto, dos piezas (-blazer,-cardigan,-casaca,-cazadora,-marinero, pichi)*, *separate, traje, traje de chaqueta, traje sastre (-blazer,-cardigan,-quimono,-sahariana,-torera,-túnica)*, *tres piezas, twinset.*

22.- CORBATA: *Corbata, corbatín.*

23.- COSTADO: No se le han verificado especies (pese a todo, podrían imaginarse: *fuelles*). Hay que poner gran atención en distinguir entre el género Costado y la variante en el costado (*o en ambos costados*); en el primer caso, se trata de una porción de material del vestido, de un sintagma; en el segundo caso, el costado deja de ser un espacio inerte: es una orientación.

24.- COSTURA: *Costuras, incrustaciones, pespuntos, puntos, sobrehilados, vivos.* Lo que retenemos aquí de los pespuntos es su ser semántico, no su ser tecnológico; poco importa que sirvan para unir; lo importante es que se atribuya un sentido, y para eso hace falta que se vean: se trata siempre de pespuntos vistos.

25.- CUELLO: *Alzacuellos, cuello (-berta,-camisero,-capa,-chal,-Claudine,-corbatero,-corbatín,-corola,-Danton,-echarpe,-enV,-esclavina,-marinero-pajarita,-plastrón,-polo,-sastre,-tirilla), gorguera (-Pierrot).*

26.- DELANTAL: *Delantal (-blusa,-vestido).* El género Delantal se encuentra al límite de la sublimidad de Moda: es admitido cuando lo dignifica la subespecie que lo acompaña, que es plenamente vestimentaria (*delantal-blusa*) (*delantal-vestido*); un delantal-falda parece excluido, como demasiado casero.

27.- DELANTERO: *Delantero, camisolín, gorguera, pechera, peto, plastrón.* Al igual que el *costado*, pero aquí aún más evidente porque la pieza es materialmente distinta de sus alrededores, el *delantero* como género no puede confundirse con su sinónimo sistemático: *delante* por *delante*.

28.- DETALLE: Este género suscita la misma observación que el Accesorio.

- 29.- ECHARPE: *Boa, bufanda, echarpe, fular, pañuelo.*
- 30.- ENAGUA: Aunque invisible, la enagua puede participar del sentido, modificando el volumen o la forma de la falda.
- 31.- ESCOTE: *Décolleté, escote (a caja, barca, en V o flecha en el corazón, imperio, italiano, ojo de cerradura).* Aunque un cuello conlleva ineludiblemente un escote, una y otra vez la afirmación del escote toma de algún modo el relevo de una ausencia del cuello: el escote significa cuando no hay cuello.
- 32.- ESPALDA: Como con el costado y el delantero, distinguiremos el género de Espalda de la variante: *detrás, por detrás.*
- 33.- ESTILO: *Estilo (-California,-camisa,-cardigan,-Chanel,-marinero,-sport,-suéter).* El estilo no deja de tener afinidad con la línea (como ella, tiende a la connotación); pero la línea es una *tendencia*, supone una cierta finalidad: el *saco* es a lo que tiende el vestido; el estilo, en cambio, es una reminiscencia, su ser responde a un origen. De ahí que, desde el punto de vista de la sustancia, las prendas con un estilo puedan representar indiferentemente significantes (*estilo-cardigan*) o significados (*estilo-Watteau*); se trata de una ambigüedad que ya vimos a propósito del calzado-sport, expresión donde el significado se fija en especie significativa. La proximidad entre la línea y el estilo demuestra que en un sistema significativo existe una especie de circularidad infinita entre el origen formal del signo y sus tendencia; la relación entre significativo y significado es inerte.
- 34.- FALDA: *Falda (-cancán,-pañal),minifalda.*
- 35.- FALDILLA.
- 36.- FALDÓN: El faldón es la parte del vestido que desciende por debajo del talle. Naturalmente, aquí sólo se incluirán los casos en que la palabra consta como tal (*faldones redondeados*), sin preocuparnos de la cosa en sí, que existe en la mayoría de las prendas femeninas de vestir.
- 37.- FLOR: *Camelia, clavel, flor, margarita, muguete, ramo, rosa, violeta.*
- 38.- FLORRO: *Envés, forro, revés.*
- 39.- GUANTES: *Guantes, manoplas.*
- 40.- HOMBROS: Naturalmente, se trata de los hombros del vestido, no de los del cuerpo humano. La distinción es necesaria porque, en ciertos enunciados, el hombro no es soporte de variante, sino simple indicación anatómica (*sobre el hombro*).

41.- LÍNEA: *Línea (A,-bola,-campana,-cubo,-cúpula,-Princesa,-saco,-sirena,-suéter,-trapecio,-túnica)*. Nada más prestigioso que este género: encierra la esencia misma de la Moda, roza lo inefable, -el espíritu- y se presta a lo sublime, en la medida que, al unificar elementos muy diversos, es el movimiento mismo de la abstracción; en resumen, es el sentido estético del vestido y aun perteneciendo al código vestimentario, puede decirse que está impregnado de retórica y virtualmente contiene cierto sentido de connotación. Sin embargo, es un género cuyos componentes casi siempre podemos aislar, son perfectamente enumerables: cada una de sus especies está constituida por la conjunción de determinado número de variantes implícitas (de forma, rigidez, movimiento etc.); estas variantes se combinan con soportes de base (falda, cuerpo, cuello) como las operaciones de una máquina que acaban produciendo una *idea*: la línea sería, en suma, un largo *cálculo*, cuyos términos varían todas las temporadas.

42.- MANGAS: *Mangas (-acampanada,-camisera,-enredadera,-farol,-globo,-mongolfier,-pagoda,-pañuelo,-pingüino,-raglán)*

43.- MATERIAL: Sus especies son infinitas. Pero, como en el color, es posible someter esa infinidad a una variante reguladora, evidentemente implícita, que sitúa todos los materiales bajo una única oposición significante: el peso. El material tanto puede ser el tejido como el cuero, la piedra (para las joyas) o la paja. El material es el más importante de los géneros; la Moda concede el privilegio creciente a las sustancias (ya lo señalo Mallarmé)

44.- MEDIAS.

45.- MONEDERO.

46.- MOTIVO: *Canutillo, cuadritos, cuadros, escaques, estampados, florido, geométrico, granos, lunares, mezcilla, moteado, nido de abeja, plata de avestruz, pata de gallina, pata de gallo, pata de polluelo, plumetis, príncipe de Gales, rayas, rejilla, topos, triangular*. Este género está constituido por los modos de aspecto de la superficie material del vestido, en una palabra, sus dibujos, sea cual fuere su origen técnico, tejido o estampado, y sin prestar atención a la textura. Es otra prueba de la autonomía de l sistema semántico con respecto al sistema tecnológico: *lo estampado*, por ejemplo, no entre en modo alguno en oposición con *lo tejido*, del que no tenemos constancia.

- 47.- PANTALÓN: *Pantalón (bermudas, pata de elefante, pirata, pitillo), short, tejanos.*
- 48.- PLIEGUE: *Drapeados, funces, nesgas, piezas, pliegues (-rizados), plisados, volantes.*
- 49.- PRESILLA: *Alamar, bastoncillo, galón, imperdible, pasador, presilla, trencilla.*
- 50.- PUÑOS: *Bocamangas, manguitos, puños (-mosquetero), vueltas.*
- 51.- SISA: Que la especie de una manga derive de la forma de su sisa no nos autoriza a trasgredir la regla terminológica; lo que se nombra es la manga, la manga soporta la especie: la sisa se mantiene semánticamente independiente.
- 52.- SUÉTER: *Jersey, pulóver, sobrecamisa, suéter.*
- 53.- SUJECCIÓN: *Botonadura, botones, cadenillas, calamón, corchetes, cordón, cremallera, hebilla, lazos, nudos (-sombrosos,-lazada,-pajarita), perlas. Botonadura es una colección o, mejor dicho, una línea de botones, pero al mismo tiempo es un ser semántico distinto a los botones; soporta con mayor naturalidad las variantes de posición o desequilibrio.*
- 54.- TACONES: *Tacones (-altos,-Luis XV).*
- 55.- TALLE: La palabra es ambigua; a menudo se entiende en el sentido de: línea marcada, más o menos alta, que separa el busto de la pelvis, pero la marca es ya una variante, y el género no puede tomar partido de inmediato respecto a un elemento sistemático: el término talle debe reservarse, con la máxima neutralidad posible, a la porción circular del vestido situada entre las caderas y la parte inferior del pecho.
- 56.- TIRANTE.
- 57.- TOCADO: *Bombonera, canotier, cloche, cofia, diadema, fez, gorro (-peluca), medialuna, pamelita, sombrero (-bretón, pañuelo,-peruano), toca.*
- 58.- VELO: *Redecilla, velo.*
- 59.- VESTIDO: *Baby-doll, bañador, mono de esquí, pelele, peto, vestido (-abrigo,-blazer,-blusa,-camisa,-camisero,-cazadora,-delantal,-saco,-suéter,tubo,-túnica).* El género no es una clase inclusiva; no hay que sorprenderse por lo tanto, de encontrar aquí reunidas prendas de formas y funciones muy diferentes, como el pelele, el mono de esquí o el peto (*Vestido* no es más que el nombre arbitrario de un género); si hay afinidad sustancial entre todas estas

especies, es a nivel de su extensión (*cubren el tronco*) y el del rango que ocupan en el espesor del vestido (*son externas, o sub-externas*)

60.- ZAPATOS: *Babuchas, botas, botines, chinelas, escaarpines (o zapato de salón), manoletinas, mocasines, polainas, Richelieu, sandalias, -sport, zapatos.*

El *sport* es un antiguo significado fosilizado en especie, es decir en significante.