

# Reflexiones en torno a la moda: tensiones, paradojas y frivolidades. Apuntes sobre Georg Simmel y Gabriel de Tarde

Reflections on Fashion: tensions, paradoxes and frivolities. Notes on  
Georg Simmel and Gabriel de Tarde

Iliaris A. AVILÉS-ORTIZ

Universidad Autónoma de Madrid

*iliaris.aviles@upr.edu*

DOI: <http://dx.doi.org/10.15366/bp2016.12.022>

Recibido: 31/04/2013  
Aprobado: 10/09/2016

**Resumen:** El presente artículo es una reflexión del carácter filosófico que presenta la moda y la imitación en la obra de dos pensadores del siglo XIX: Georg Simmel y Gabriel de Tarde. En estos autores moda e imitación se retroalimentan creando tensiones en el individuo y en su sociedad. El cambio, la asimilación, el poder y las jerarquías se conjugan en un juego de paradojas que se presentan en nuestra cotidianidad de forma frívola pero que distan de serlo. Las obras de estos autores tratan temas que tienen pertinencia en el mundo actual y que, por esto, no podemos rechazar.

*Palabras Clave:* moda, cotidianidad, tiempo, cambio, Georg Simmel, estética, imitación, Gabriel de Tarde, sociología.

**Abstract:** This article aims to be a reflection of the philosophical aspects of fashion and imitation in the works of two nineteenth century thinkers: the German Georg Simmel and the French Gabriel de Tarde. On their works, fashion and imitation feedback themselves creating tensions between the individual and society. Change, assimilation, power and hierarchies are conjugated in a paradoxical game of our quotidian life; but these aspects of fashion and imitation are far from being frivolous. The works we discuss here are pertinent in the actual world and we cannot deny their significance and impact in our lives.

**Keywords:** fashion, cotidianity, time, change, Georg Simmel, aesthetics, imitation, Gabriel de Tarde, sociology

La pasarela de esta temporada nos presenta las tendencias que debemos tomar en cuenta a la hora de vestirnos. Poder, tiempo, mimesis y distinción son las favoritas de las grandes casas. Estas prendas –las más buscadas en los almacenes– debemos combinarlas con colores reusables como gris invierno, rosa primavera, azul verano y naranja otoño. ¿Parece absurdo? Quizás no tanto. La moda pertenece a las consideraciones filosóficas. Lamentablemente, su carácter transitorio nos hace pensar en esta como *adorno*, como aspecto superfluo en nuestras existencias. Esta supuesta superficialidad le ha privado de ser abiertamente tratada en los círculos académicos. Por supuesto, no podemos olvidar que existen antecedentes inmediatos de su estudio en algunos postmodernos como Baudrillard<sup>1</sup> y Lipovetsky<sup>2</sup>. En el caso de España, contamos con autores como Margarita Rivière<sup>3</sup>, Jorge Lozano<sup>4</sup> y Jacinto Chozas<sup>5</sup> quienes nos dejan sugerentes reflexiones sobre el particular y nos abren un campo para explorar.

En el caso de la filosofía, es la estética la rama que se encarga de estudiar la moda. No obstante, distintas ramas del saber han abordado las complejidades de la moda en interesantes estudios. La antropología, la sociología –incluso la arquitectura– nos describen el papel de esta en las distintas sociedades humanas. Es decir y usando las palabras de Monserrat Herrero<sup>6</sup>, la “moda es un fenómeno social”. Los estudios de este fenómeno por autores como Baudrillard, Foucault, Barthes o Lipovetsky, fueron precedidos por Simmel y De Tarde, quienes motivan este trabajo.

<sup>1</sup> Baudrillard, Jean. *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI, 2009. [Original: 1970]

<sup>2</sup> Lipovetsky, Gilles. *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. España: Anagrama, 2004. [1987]

<sup>3</sup> Rivière, Margarita. *Lo cursi y el poder de la moda*. Espasa Calpe, 1992. Esta autora ha dedicado décadas al estudio del tema, su más reciente obra es *Historia informal de la moda*. España: Plaza & Janés, 2013.

<sup>4</sup> De Jorge Lozano podemos citar “Simmel: la moda, el atractivo formal del límite”. *Reis, Revista española de investigaciones sociológicas*. España: Centro de investigaciones sociológicas, enero-marzo 2000, núm. 89, pp. 237-250.

<sup>5</sup> Jacinto Chozas nos deja interesantes reflexiones en *La supresión del pudor, signo de nuestro tiempo y otros ensayos*. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra (EUNSA), 1990. No obstante, sobre moda concretamente podemos revisar su ensayo “Estética y moda” publicado en la *Revista interdisciplinaria de filosofía Contrastes*. Málaga: Universidad de Málaga, 2000. vol. v, pp. 23-41.

<sup>6</sup> Herrero, Monserrat. “La moda en la postmodernidad”. *Humanitas. Revista de Antropología y Cultura*. Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile, julio-septiembre 2002., núm. 27. Tomado de la web de la revista.

Antes que nada, debemos preguntarnos qué es la moda. Generalmente, la palabra *moda*<sup>7</sup> se utiliza para referirse a todo aquello que está en boga en un lugar determinado. Se trata de aquellas *tendencias* en el área de la cultura, política, arte, medios de vida y vestido que, generalmente, son recién introducidas y constantemente reproducidas. En este trabajo nos concentraremos en la acepción más representativa y conocida de la moda que es, por supuesto, aquella relacionada al vestido.

Además de proteger<sup>8</sup> el cuerpo ante las inclemencias climáticas y de las hostilidades del ambiente que nos rodea, el vestido nos distingue. Se presenta como símbolo de pertenencia a cierto grupo étnico o a cierto estatus social. Paradójicamente, el vestido nos individualiza a la vez que nos hace desaparecer frente a nuestros semejantes. En otras palabras, el eterno problema de la filosofía se ve reflejado en el vestido y la moda: lo singular, particular y concreto opuesto a lo plural, general y común a todos. El uno opuesto a los otros, el individuo ante la humanidad. Probablemente, esto quede claro más adelante.

Por lo general, cuando escuchamos la palabra *moda* pensamos en frivolidades. Imaginamos infinidad de vestidos, revistas, pasarelas, cosméticos, artistas de cine, modelos, certámenes de belleza, entre otras cosas. Es paradójico que la esencia de esta esté atada a lo que consideramos superfluo cuando tras esta *apariciencia mundana* se encuentra el continuo fluir: *el cambio*. El cambio –tan importante para Heráclito– es considerado por algunos autores<sup>9</sup>, motor y raíz de la moda pues esta se manifiesta en ciclos, en las cosas que perecen y son sustituidas por cosas nuevas. Podríamos decir que la moda consiste en un eterno dinamismo, en una actualización constante. Quizás debiésemos cambiar el concepto generalizado acerca de la moda y sustituir las antiguas imágenes, por otras nuevas: por el tiempo, por el cambio, por la muerte, por la vida, por el poder, por lo bello, por la alteridad. Probablemente, las pertinentes aportaciones de los pensadores decimonónicos Georg Simmel y Gabriel de Tarde<sup>10</sup> nos ayuden a entender mucho mejor la naturaleza o *esencia* de la moda

La moda es un tema que se ha tratado desde distintas perspectivas en el transcurso de la historia del hombre occidental. En Platón –concretamente en *Fedón*<sup>11</sup>– encontramos una crítica a la inutilidad de la misma. Durante la Edad Media, la moda ya estaba convertida en una comunicadora visual de las jerarquías existentes. Esto lo podemos constatar en obras de arte, en crónicas y en descripciones literarias. Luego, durante el siglo XVIII, pensadores

<sup>7</sup> Por ejemplo, el *Diccionario de la Real Academia Española* la define como el: “Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos, principalmente los recién introducidos.”

<sup>8</sup> Podemos identificar que el vestido cumple con cuatro funciones fundamentales. Ya hemos mencionado que el vestido protege el cuerpo de las inclemencias del tiempo, también que es símbolo de estatus o de pertenencia a un grupo. Este, además, cumple un papel estético pues la moda del vestido es “arte portable”, es adorno del cuerpo. Es importante notar, como bien lo hace María del Pilar Río en su ensayo publicado en la revista chilena *Humanitas*, “Persona y moda” (2003), que el vestido cumple la función de cubrir el cuerpo sexuado.

<sup>9</sup> Sobre el aspecto cíclico de la moda nos hablan varios autores entre los que destacan Baudrillard (1970) quien la describe tan cambiante como una imagen y como “arbitraria, pasajera, cíclica y no añade nada a las cualidades intrínsecas del individuo”; Lipovetsky (1987) destaca su aspecto efímero y la fascinación del hombre moderno por exaltar lo nuevo, aquello superado por lo pasado. Ortega y Gasset destaca su ritmo temporal al ser moda, precisamente, “lo que pasa de moda”; también recordemos que llama moda al “cambio de generaciones” en sus lecciones de 1933 sobre la “Idea de las generaciones”. Por su parte, Jacinto Choza en “Estética y moda” (2000) la llama “arte de lo momentáneo”.

<sup>10</sup> Como dato curioso, según David Frisby (2000), ambos autores coincidieron como colaboradores de la sección de sociología de la revista norteamericana *International Quarterly*.

<sup>11</sup> Más bien al vestido pues este viste al cuerpo, prisión del alma: Platón. *Fedón*. En *Diálogos*. México D.F.: Editorial Porrúa, 2007, p. 560.

como Rousseau<sup>12</sup>(1755), Hume<sup>13</sup> (1751) y Kant<sup>14</sup> (1798) introducen algunas reflexiones acerca del tema. Pero no es hasta los albores del siglo XIX cuando comenzamos a tener más escritos acerca de la moda. Quizás esto se deba a la introducción del sistema industrial, al nacimiento de la industria de la moda y al desarrollo del capitalismo, encarnación del deseo satisfecho por el consumo inmediato e irracional.

Según Adolfo Vásquez Rocca<sup>15</sup>, a través de la moda, nuestro cuerpo se convierte en escenario de representación de un “yo exterior”. Ante la mirada del otro, configuramos nuestra exterioridad expresando lo que somos, incluso, lo que queremos, proyectamos o aparentamos ser. Por lo tanto, este tema no puede parecer insignificante, mas bien al contrario, es algo profundo relacionado a nuestras formas de dirigirnos y ser aceptados por el otro; es un dialogo silente y no exento de tensiones y contradicciones.

Según algunos autores –Simmel y de Tarde incluidos–, los humanos presentamos el deseo de imitar aquellos que tienen poder y estatus. Es decir, sentimos el deseo de *ser* algo más de lo que *somos*<sup>16</sup>. La moda se convierte en una herramienta perfecta para imitar esos modelos, esos que tienen estatus. A través de la moda se consume lo que sugieren nuestros modelos y, en búsqueda de distinción, terminamos uniformándonos. Paradójicamente – como dirá Simmel– la moda la convertimos en un mecanismo que satisface el deseo humano de fundirnos con los otros y a la vez de diferenciarnos de ellos.

Ese deseo de imitar a los de arriba –aquellos que tienen lo que carezco, ya sea poder, riqueza o belleza– no es más que una relación, un juego en donde intervienen el *objeto deseado*, *aquel que lo desea* y un tercero, *el otro*. Este tercero media, incita e interfiere en el deseo del primero. Aquel que desea se identifica con aquel que tiene el objeto de su deseo. ¿Necesidad creada? En otras palabras, en esta tensa situación, el individuo siente deseo –un deseo muy parecido a la envidia<sup>17</sup>– que, a su vez, trae dentro de sí sentimientos de admiración, reconocimiento, de negación y asimilación. La asimilación, el *querer ser como* lleva al hombre –animal social, animal que se relaciona con los otros– a pasar por un proceso de imitación. Sin más preámbulos, veamos si Simmel y De Tarde pueden explicarlo mejor.

<sup>12</sup> Rousseau, Jean-Jacques. *Discurso sobre el origen y fundamentos de la desigualdad entre los hombres*. Madrid: Alhambra, 1985.

<sup>13</sup> Hume, David. *Investigación sobre los principios de la moral*. España: Alianza Editorial, 1993. [Trad. Carlos Mellizo]

<sup>14</sup> Kant, Immanuel. *Antropología en sentido pragmático*. España: Alianza Editorial, 2006. [Trad. José Gaos]

<sup>15</sup> Vásquez Rocca, Adolfo. “La moda en la Postmodernidad. Deconstrucción del fenómeno fashion”. En *Revista Electrónica DU&P. Diseño Urbano y Paisaje*, Santiago, Chile: Centro de Estudios Arquitectónicos, Urbanísticos y del Paisaje. Universidad Central de Chile, agosto, 2007. vol. IV, no. 11. Tomado de la web de la revista.

<sup>16</sup> Jacinto Choza (2000) nos habla de la diferencia existente entre las teorías clásicas sobre la moda y las ideas más contemporáneas. Por ejemplo, en Lipovetsky, el cambio de moda no se debe necesariamente, a la imitación social de aquel en un escalafón superior sino que distintos factores se conjugan en el cambio. Choza nos dice que dada la diversidad del mundo actual y la difusa frontera entre clases y grupos sociales, el pensamiento de Simmel en cuanto al particular es anacrónico. No obstante, este reconoce la pertinencia de Simmel al afirmar que a través de la moda se afirma (o se niega) la identidad de cada individuo o grupo.

<sup>17</sup> Comte-Sponville, André. “Envidia”. En *Diccionario Filosófico*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A., 2005. Traducción de Jordi Terré. El francés da la siguiente definición: “Es el deseo de lo que no se tiene y que otro posee, unido al de ese otro de ocupar su lugar.”

### Simmel y su *Filosofía de la moda*

Georg Simmel (1858-1918), nacido en Berlín en el seno de una familia burguesa de origen judío, dedicó su vida al estudio de la sociología. En mayor parte de su obra, Simmel expone sus reflexiones en torno a la *tragedia* de la cultura moderna. Como nos dice el fenecido estudioso británico, David Frisby<sup>18</sup>, este pensador propone un discurso filosófico sobre las cosas concretas y su relación con nuestros estados emocionales, psicológicos y, sobretudo, sociales. Según Simmel, nos perdemos en lo cotidiano alejándonos de lo obvio y más trascendental. En su obra se propone a realizar una exploración de los fenómenos culturales por medio de la comparación de similitudes y diferencias.

El problema constante en los escritos de Simmel<sup>19</sup> parece ser la paradójica y conflictiva relación entre lo objetivo y lo subjetivo en la cultura. Ante todo, Simmel entiende que el ser humano es un ser cultural. Para este autor la cultura se presenta como un fenómeno bidimensional, es decir, a su vez, es tanto objetiva como subjetiva. El autor nos define *la cultura* como la voluntad subjetiva que sale de la vida humana y de sus interacciones. Esta voluntad subjetiva es proyectada bajo formas objetivas como es el lenguaje, las leyes, la religión, las tradiciones, el arte, entre otros.

En sus escritos *Filosofía del dinero*<sup>20</sup> (1900) y *Filosofía de la moda*<sup>21</sup> (1905) argumenta que el individuo siente deseos de imitar y diferenciarse. Es decir, el humano, por un lado, siente el deseo de ser como los otros y por otro lado quiere diferenciarse de los mismos<sup>22</sup>. Ante tal contradicción la moda juega un papel significativo. La misma se convierte en el medio de alcanzar este deseo humano que parece tan conflictivo. Para el autor, la problemática de la moda es parte de una dimensión estética de la vida acentuada por la vida urbana.

Podríamos decir que, para este autor, la moda adquiere dimensiones metafísicas. La moda es aquello que anuncia la destrucción de las cosas ya existentes y su sustitución por lo nuevo, lo que está en boga. En *Filosofía de la moda*, este la entiende como un juego imitativo, como la fusión de lo singular y lo general; como la relación entre lo permanente y lo cambiante. En otras palabras, para el alemán, en la moda se presenta la interacción de contrarios. Como interacción entre lo nuevo y lo viejo. Es ciclo, dinamismo, constante cambio. Como sucede con el cambio de estaciones, la moda anuncia que lo nuevo destruye lo ya existente. Este constante cambio constituye su propia *esencia*. La esencia de la moda es destrucción-renovación, es el proceso de ir y venir. No obstante, debemos mencionar que para el autor, en muchas ocasiones, la moda retoma viejas formas.

<sup>18</sup> Frisby, David. Featherstone, Mike. *Simmel on Culture*. Londres: Sage Publications, 2000. Ver el estudio preliminar.

<sup>19</sup> Es pertinente mencionar la influencia que ejerció Georg Simmel en el pensamiento de Ortega. Recordemos que en su estancia en Alemania, el español pudo tener contacto con distintas corrientes filosóficas. Tanto Simmel como Ortega estuvieron interesados en los temas relacionados a la cultura y a las relaciones sociales. *Revista de Occidente* publicó en 1923 una traducción al castellano de *Filosofía de la moda*, una de las obras simmelianas más conocidas.

<sup>20</sup> También puede verse su pensamiento en torno al dinero en la recopilación que haría Frisby de las obras de Georg Simmel. Consultar el capítulo: "Money and Commodity Culture" en *Simmel on Culture*. Edición de David Frisby y Mike Featherstone. Londres: Sage Publications, 2000, pp. 233-259.

<sup>21</sup> Simmel, Georg: "The Philosophy of Fashion" En *Simmel on Culture*. Edición de David Frisby y Mike Featherstone. Londres: Sage Publications, 2000, pp. 187-205.

<sup>22</sup> En el pensamiento de Kant y Rousseau podemos encontrar argumentos parecidos. De hecho, Rousseau entiende que para poder vivir en sociedad, estamos condicionados a unimos con los de nuestro entorno.

El alemán establece una relación entre moda y mimetismo pues la moda es, también, la imitación de un modelo dado. Podemos ver que la moda no existe sin mimetismo y el mimetismo no podría manifestarse en los humanos de forma tan directa sin la moda. Según el autor, la moda debe ser estudiada por su significado y no por su contenido. Por esto, la moda tiene que entenderse en el contexto de la sociedad y la cultura. Según Simmel, la moda comunica visualmente: la moda es producto de la división entre clases y tiene la función de mantener agrupados a cierto grupo social<sup>23</sup>. Esta mantiene juntos aquellos pertenecientes al mismo grupo a la vez que mantiene distantes a los grupos distintos a éste. En otras palabras, la moda significa la unión con aquellos que tienen el mismo estatus. La misma garantiza la uniformidad de un grupo social caracterizado con particularidades y a, la vez, el cierre de este grupo a los que se encuentran en posición inferior o distinta.

Simmel describe uno de los curiosos aspectos de la adopción de nuevas modas. Según este pensador, a la vez que la clase inferior comienza a uniformarse con la clase superior por medio del poder adquisitivo y del uso de sus modas, los últimos destrozan la uniformidad simbolizada en esa moda y vuelven a demarcar su estatus adoptando otra moda que los vuelva a distinguir totalmente. Es decir, las modas adoptadas por la clase superior se diferencian de la inferior y son abandonadas en el momento en que estas últimas comienzan a acceder a ellas. Así la moda se convierte en un juego de aceptación y envidia. Simmel argumenta que se envidia a los individuos estilizados y a la vez se les acepta como parte del grupo, porque se quiere ser como ellos. Simplemente, la moda es un proceso de dominación y subordinación:

[...] la moda es un fenómeno constante en la historia de nuestra especie. La moda es imitación de un modelo dado, y satisface así la necesidad de apoyarse en la sociedad, conduce al individuo por la vía que todos llevan, y crea un módulo general que reduce la conducta de cada uno a mero ejemplo de una regla pero no menos satisface la necesidad de distinguirse, la tendencia a la diferenciación, a cambiar y destacarse.<sup>24</sup>

Parece ser que la moda lleva dentro de sí el juego de contrarios: uniformidad y diferenciación, dominación y subordinación, aprobación y envidia, destrucción y construcción. Debemos mencionar que, además de tener un valor estético, la moda y la imitación en Simmel podrían presentar un valor ético. El autor manifiesta una posible visión ética de la imitación humana con las siguientes palabras:

La imitación proporciona al individuo la seguridad de no hallarse solo en sus actos, y, además, apoyándose en las anteriores ejecuciones de la misma acción como en firme cimiento, descarga nuestro acto presente de la dificultad de sostenerse a sí mismo. [...] De esta suerte se libra el individuo del tormento de decidir y queda convertido en un producto del grupo, en un receptáculo de contenidos sociales [...]<sup>25</sup>

Para el alemán el ser humano necesita satisfacer la necesidad de apoyarse en la sociedad, escudándose, librándose del tormento de decidir, transfiriendo a los demás las exigencias de ser originales y la responsabilidad de sus acciones<sup>26</sup>. La moda se convierte

<sup>23</sup> Simmel, "Philosophy of Fashion", *óp. cit.*, p. 189.

<sup>24</sup> Simmel, Jorge, "Filosofía de la moda". *Revista de Occidente*, Año I, no. 1, 1923, pp.44-47. Hemos encontrado pertinente citar la presente traducción al castellano para articular el presente texto en un mismo idioma. También puede verse en la edición inglesa de Frisby en las páginas 194-195.

<sup>25</sup> *Ídem.*

<sup>26</sup> Argumentos similares podríamos encontrar en un escritor más contemporáneo. Ver Schwarz, Barry. *The Paradox of Choice: why more is less*. New York: Harper Perennial, 2004.

en el mecanismo con el cual el hombre garantiza su libertad interna a través del sacrificio externo, es decir, a través de la esclavitud pública<sup>27</sup>. Esto nos lleva a cuestionarnos la autonomía del individuo. Simmel argumenta que el individuo cuando actúa con la masa pierde la vergüenza y el pudor.

El pensamiento de Georg Simmel en torno la moda es pertinente en el mundo actual. Este, además de hablarnos de los *aspectos esenciales* de la misma, nos hace retornar nuestra mirada hacia lo concreto, hacia algo tan insertado en nuestras vidas como es el vestido. Nos deja ver que este no es más que otro lenguaje de las complejidades individuales y sociales del ser humano. Gabriel de Tarde nos arrojará más luz sobre estas complejidades.

### **Gabriel de Tarde y las leyes cósmicas de la imitación**

Gabriel de Tarde (1843-1904) no es un pensador muy conocido. Nacido en Francia dedicó su vida al estudio de la sociología, de la psicología social y al comportamiento de las masas. En su obra más destacada *Las leyes de Imitación*<sup>28</sup> (1890) legó un complejo estudio sobre la imitación humana. Para Tarde la sociedad es una fuerza viva que adquiere una dimensión cósmica. La sociedad es una pluralidad de personas que se encuentran reunidas en un mismo espacio y tiempo. Las mismas están unidas porque comparten unas mismas emociones y creencias. En otras palabras, la sociedad está compuesta de infinidad de sujetos individuales que integran un sujeto colectivo.

La sociedad, entendida como el conjunto de individuos de una comunidad y como unidad que adquiere dimensiones cósmicas, se encuentra en constante potencia y actualización. Es decir, es una unidad dinámica. El hecho de que los sujetos individuales compartan un mismo espacio y tiempo, favorece el proceso imitativo. Como ser social, el ser humano es esencialmente imitativo, por lo tanto, la imitación es uno de los núcleos de la vida social. Sin embargo, el francés reconoce que las cosas no nacen iguales sino que se convierten iguales como resultado de un complejo proceso de imitación dictado de antemano por el universo y responsable de generar *el cambio*.

Tarde está muy interesado en los argumentos de la selección natural por eso argumenta que el fin de la sociedad es formar una organización<sup>29</sup> para poder subsistir. Para lograrlo, es necesario que en la sociedad surja la imitación de aquel o aquello que es mejor. Tarde entiende que las invenciones humanas son clave para entender el proceso imitativo. El autor argumenta que entre hombres civilizados –aquellos que forman parte de sociedades altamente desarrolladas– las destrezas y la facilidad de imitación es más fuerte. Este hecho aumenta el número y la complejidad de las invenciones necesarias para satisfacer nuestras necesidades biológicas y nuestros deseos y, por consiguiente, alcanzar el progreso.

En el proceso imitativo encontramos que primero surge una iniciativa individual que tiende a la invención de *cosas útiles*. Aquellos de la iniciativa serán los líderes y sus ideas, enseguida, serán imitadas. Según Tarde, cada invención o descubrimiento suele expandirse en el ambiente social del inventor. Las invenciones se expanden porque los seres humanos presentan deseos infinitos. El autor señala que la expansión de las ideas e invenciones dependen del agrado y el desagrado que presentan los seres humanos a las mismas. Si sentimos agrado, las adoptamos. Como dato curioso, Tarde nos dice que las funciones o

<sup>27</sup> Simmel, "Philosophy of Fashion", *óp. cit.*, p. 200.

<sup>28</sup> Tarde, Gabriel de. *The Laws of Imitation*. New York. Henry Holt and Company, 1903. Traducción de Elsie Clews Parsons.

<sup>29</sup> Tarde utiliza una analogía del mundo natural: la sociedad es como un organismo, donde un conjunto de cosas trabajan por un todo.

acciones de nuestros sentidos más importantes son más propensas a la imitación. Por ejemplo, copiamos o sentimos deseo de mirar donde miran los demás.

Para que el fenómeno de la imitación ocurra es necesaria la generación a distancia. Aquí encontramos tres procesos o etapas: *observación, gestación, crecimiento*<sup>30</sup>. Cuando Tarde habla de generación a distancia se refiere a que la imitación se da a larga distancia y en largos periodos de tiempo<sup>31</sup>. No se imita lo inmediatamente anterior, sino que los fenómenos sociales, los deseos, las creencias viajan por un periodo de tiempo por caminos separados y, por alguna razón, vuelven a tomar contacto con nosotros. Al observar la invención anterior, el individuo la interioriza, la forma y va creciendo dentro de este. Tarde comenta que cada nueva invención se encuentra o coincide con una invención anterior. Las nuevas invenciones nos retornan hacia alguna condición o necesidad objetiva. Esto nos arroja luz sobre alguna idea pasada, nos hace regresar a alguna experiencia de necesidad que no ha sido satisfecha del todo.

La sociedad no está necesariamente compuesta de individuos iguales. El prestigio es importante en la sociedad y Tarde –como Simmel– nos dice que imitamos al prestigioso<sup>32</sup>. Según el francés, la imitación surge en la relación existente entre el modelo a seguir y el que sigue. Por esta razón, la imitación nos puede llevar a la disparidad social y a la aparición de jerarquías. Tarde explica esto estableciendo un paralelismo entre las relaciones de padres e hijos con las de aquellos que tienen poder y los que les siguen.

El autor tiene muy claro que queremos imitar a los que tienen poder. En la imitación de un superior reconocido se puede observar admiración, fascinación, intimidación, obediencia y confianza. La persona que es intimidada pierde dominio propio. Al no poder manejarse, se convierte en presa manipulable por otros. Aunque trate de resistir, existe algo mayor: el poder<sup>33</sup>. Debemos aclarar que el poder en Tarde no es necesariamente coerción.

Aquellas personas y clases más inclinadas a imitar son aquellas que son más dóciles en obedecer. La gente común tiende a imitar a los reyes, sus cortes y a las clases altas, según estos se hayan subyugado a su regla<sup>34</sup>. El autor señala que la envidia nunca precede la obediencia y la confianza si no, por lo contrario, es signo y resultado de un estado de obediencia y confianza. La envidia es el síntoma de la transformación social. Esta transformación provoca la unión de las distintas clases y la equiparación en recursos. Lleva consigo la transmisión de pensamientos, creencias y gusto por el lujo y el bienestar. Cuando una persona copia otra, cuando una clase comienza a tener un patrón en su vestimenta, en su amueblado, en sus diversiones, significa que la misma ha tomado de la otra clase necesidades, deseos y sentimientos pues las primeras son manifestaciones externas de las últimas que son internas. Es decir, los individuos terminan haciendo propias las voliciones y voluntades del otro con el fin de cambiar su condición anterior.

Como podemos observar el pensamiento de Gabriel de Tarde es complejo y difícil de analizar en un breve epígrafe. No obstante, el presente escrito nos hace tener una idea de sus argumentos principales. Bien, ¿y qué aporta este pensador francés en una reflexión alrededor de la moda? Que la imitación es un aspecto significativo de nuestra vida social. Sin la imitación de patrones de vida –incluyendo aquí el vestido y los objetos de uso cotidiano– de aquellos que consideramos que han *progresado* y que se encuentran *sobre* nosotros, no habría generación de nuevas necesidades ni de nuevos deseos a satisfacer, ni

<sup>30</sup> *Ibid.*, p. 35

<sup>31</sup> *Ibid.*, p. 34

<sup>32</sup> *Ibid.*, p.78-79.

<sup>33</sup> *Ibid.*, p. 84

<sup>34</sup> *Ibid.*, p. 198



nada que *aparentar*. Estas manifestaciones de la voluntad llevan al cambio, a la alteración de la sociedad. Simplemente la moda no sería moda sin la reproducción de los modelos dados. Es decir, *sin el proceso imitativo no hay moda, no hay cambio*.

Entendemos que la globalización en gran medida podría ser producto de la imitación y la asimilación de ciertos prototipos. La moda –tanto en el vestido como en su aspecto general– ha contribuido a esto. El hecho de que el poder sea un aspecto clave en los procesos imitativos nos explica porqué unos prototipos predominan sobre otros y porqué asimilamos unas modas y otras las desechamos. La admiración por algo o alguien nos podría llevar a emular pues recordemos que, tanto para Simmel como para Tarde, los que dominan y los que son admirados dictan tendencias que otros seguirán.

A través de este trabajo no hemos pretendido realizar el estudio del contenido de la moda sino entender lo que la misma representa, lo que significa para el ser humano, de esto precisamente se encarga la filosofía. Entendemos que la filosofía debe retornar al ser humano y a las cosas que inmediatamente le rodean. Es decir, hablar del mundo, del día a día, de lo cotidiano, pues, esto también nos habla de aspectos esenciales del ser humano.

La moda nos habla del interés humano por el cambio constante, de la relación con lo viejo, de lo permanente y lo cambiante, de lo cíclico. Puede reflejar el interés humano por la muerte como proceso continuo y necesario para la regeneración. La moda anuncia que lo nuevo destruye lo ya existente. Con los textos examinamos podemos decir que esta sólo puede ser entendida en tiempo, en el contexto de la sociedad y la cultura que la porta. Es un juego de fuerzas, un juego de poder. Nos habla del conflicto del ser humano, de la tensión existente entre del deseo de ser distinto y el deseo de fundirse con el otro. La moda tiene que entenderse como un vistoso lenguaje.

En fin, la moda tiene implicaciones que van más allá de las reflexiones estéticas acerca de lo bello. Esta nos habla de procesos del mundo, de las complejidades e inquietudes en el ser humano. Podemos entenderla como algo profundo y a la vez superficial. Ético y estético. Debemos recalcar que entendemos que hay un estrecho vínculo entre moda e imitación. Estas se retroalimentan: no hay imitación sin moda ni moda sin imitación. De la imitación emana la moda y sin imitación la moda no puede triunfar. Para cerrar nuestras reflexiones, la importancia que presta nuestra sociedad a la moda, quizás pueda deberse a la posible *estetización* de la existencia que presenta el mundo moderno como bien sugiere el francés Michel Maffesoli. Por último, quisiéramos hacer eco del recordatorio que nos hace Jorge López Lloret sobre el vestido. Recordemos que,

Cuando nos vestimos elegimos una estética personal que casi siempre la sociedad pone a nuestra disposición, pero también expresamos lo que pensamos de nosotros mismos, el tipo de relación que mantenemos o deseamos mantener con nuestro entorno social e incluso la ideología y las creencias que nos mueven.<sup>35</sup>

<sup>35</sup>López Lloret, Jorge. “Perversa segunda piel. Ética, estética y política en Rousseau”. *Cuadernos dieciochistas*, Salamanca: Universidad de Salamanca, 2010, núm. 11, p. 269.

