

## Consideraciones sobre moda, estilo y tendencias

Fecha de recepción: agosto 2010  
 Fecha de aceptación: octubre 2010  
 Versión final: diciembre 2010

Patricia Doria (\*)

**Resumen:** La moda se define como ilusión efímera, el estilo se define desde el reconocimiento y la diferencia. La moda se basa en estilos. El estilo no se basa en una moda. Solamente cuando logra aceptación de gran cantidad de público el estilo se convierte en moda.

**Palabras claves:** moda – estilo – ilustración – efímero – tendencias.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 88]

La moda es una forma especial de adornar y significar el cuerpo. Esta incide directamente en la identidad individual y colectiva. Se podría decir que es una manifestación de nuestro ser, identidad o estilo, influenciado por una tendencia actual en el mercado. Estas pautas de identidad están íntimamente asociadas a la vestimenta que decidimos llevar, según el contexto, la cultura, y la sociedad a la cual pertenecemos. Son transmisoras de información social y personal, por las cuales logramos hacer juicios de valor a través del vestuario que utilizan. La moda no es simplemente una manifestación de fatuidad sino que se convierte en un sistema permanente, en una realidad social e histórica. Podemos definir a la moda, como una búsqueda frenética de la novedad, y una forma de venerar el presente (Lipovetsky, 1990). Estos conceptos se encuentran relacionados acordes a una sociedad abierta en una cultura en la cual los valores primordiales son el placer, la búsqueda permanente de pertenecer a un grupo y al mismo tiempo ser diferente, único, exclusivo.

Las tendencias por temporada primavera-verano, otoño-invierno han dado lugar a la superposición de estilos. El viejo y uniforme mecanismo de la moda llamado por algunos autores centenaria y por otros burguesa, en donde un diseñador marcaba pautas y tendencias, ha cedido el paso a una dialéctica de opciones y juegos donde se escoge no sólo entre diferentes modelos de indumentaria, sino entre los principios más antagónicos de la apariencia.

Lo primordial es el placer, la individualidad y la máscara, esa máscara que da imagen de equívoco y ambiguo, facilitando el traspaso de una manera de ser a otra muy distinta. Definiendo arquetipos y estereotipos a través, de un estilo.

El estilo es un modo de expresión básico y distintivo, es el modo como están hechos los objetos a diferencia de cómo son los objetos en si mismos, en líneas generales todos los estilos están integrados a la moda, es así, y si hablamos de moda hablamos de una representación de la tendencia, algo fugaz, efímero, y entonces ¿cómo lograr que un estilo perdure y defina la imagen de un arquetipo a seguir?

La palabra estilo deviene del latín *stilus* (punzón) esta designaba a un instrumento puntiagudo que se utilizaba para la escritura, esta herramienta pasó a significar su

forma peculiar de escribir, su “estilo” podía ser bueno o malo. También esta palabra se relaciona con: *stigo*, *stigare*, *stingere*, y *stimulare*, con *instigare*. De estas palabras deriva estímulo, estimular e instigar. Pero no se debe confundir el término latino *stilus*, con el griego, que significa “estar en pie”, “columna”, es decir, la directriz que marca cual es el estilo a seguir. Y esto resulta coincidente con pensar el estilo como un estímulo, dirección, orden, designio y marca.

El estilo pasa a ser una forma de individualización; una forma de mostrarse distinto ante los demás y por ende, identificarse dentro de la masa como un ser único y especial. El estilo promete eternidad, y atemporalidad. Es considerado un recurso de autoconocimiento, una forma de identificación particular que generaría en las personas una sensación de pertenecer a un mundo paralelo dentro del espectro de la moda, en donde ellos son los únicos protagonistas. De este modo las personas se harían portadoras de un estilo y esto marcaría la diferenciación.

Los estilos, no son formas paralelas de la moda sino que son integrantes de la misma; es muy común la confusión entre los términos moda y estilo, se habla de uno, cuando en realidad se quiere hablar de lo otro. La relación del estilo con las modas, es del orden de lo general con lo particular. La moda en estos casos toma una posición de imperante y de regidora del mundo del buen gusto, pero aún así, hay pequeñas modas que se instauran dentro de otras esferas de no tanta envergadura y que son denominadas: estilos.

Las tendencias como los estilo dan la impresión de ser algo místico, mágico y oculto no sabemos de donde vienen, existen personas que los poseen y conocen y otras que no, ocurren sin más, no se sustenta desde ningún concepto racional.

La relación existente entre las variables moda y estilo, se da como una relación unilateral, y no bilateral. La moda se basa en estilos. El estilo no se basa en una moda. Solamente cuando logra aceptación de gran cantidad de público, el estilo se convierte en moda.

La cultura siempre distingue entre lo privado y lo público o entre lo nuevo y lo viejo entre lo superior y lo inferior. Lo mismo hace la moda. Los objetos se utilizan del mismo modo para mostrar la distinción entre clases, las escalas de selección de productos que va desde los más *kitch* hasta lo más refinado y se va manteniendo en

diferentes categorías y formas.

Las tendencias actuales en moda muchas veces están determinadas por una actitud de poder y de autoridad, (como mandatos subliminales) y esto va determinando el gusto estético estilístico.

El cuerpo se estructura a través de un pensamiento de construcción cuya representación es el vestido, parece que el cuerpo real cobra sentido a partir de la imaginación de un ideal, la moda tiene la capacidad de someter cualquier cuerpo (como una tabla rasa o una pared en blanco) al ideal imperante de la moda, es decir la capacidad de significarlo a través de una ilusión efímera, manejada por las tendencias y haciéndole creer al usuario que es libre y esa independencia lo autoriza a encontrar rápidamente un estilo propio.

En definitiva cada estilo posee en sí mismo una cantidad de elementos enunciativos, con características especiales que hacen énfasis en distintos puntos corporales, como de reconocimiento, ocultamiento o manifestaciones de gustos y valores que están predeterminados por un período determinado.

El estilo pasa a ser la forma de individualización dentro de la tiranía de la moda; es una forma de mostrarse distinto ante los demás y por lo tanto permitiendo ser identificado como un ser único y especial; este recurso puede ser utilizado para lograr un autoconocimiento,

una forma de particularidad ante la generalidad, una sensación de pertenecer a un mundo paralelo en el cual esa diferencia los hace protagonistas con estilo.

---

**Abstract:** Fashion is defined as a fleeting illusion; the Style is defined by the recognition and difference.

Fashion is based on styles. The Style is not based on fashion. Only when it achieve acceptance of large audience Style becomes Fashion.

**Key words:** fashion – style – illustration – ephemeral – tendencias.

**Resumo:** A moda define-se como ilusão efêmera, o Estilo é definido desde o reconhecimento e a diferença. A moda baseia-se em Estilos. O Estilo não se baseia numa moda. Somente quando consegue aceitação de grande quantidade de público o Estilo se converte em moda.

**Palavras chave:** moda – estilo – ilusão – efêmero – tendências.

(\*) **Patricia Doria.** Diseñadora de Indumentaria (UBA). Maestría en Diseño (UP, en curso). Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Moda de la Facultad de Diseño y Comunicación.

---

## Introducción a las organizaciones

Jorge Eduardo Pokropek (\*)

Fecha de recepción: agosto 2010

Fecha de aceptación: octubre 2010

Versión final: diciembre 2010

**Resumen:** Explorar la producción de organizaciones implicará focalizarnos en las particulares problemáticas inherentes a la relación todo-partes, a las diversas maneras como perceptualmente las entendemos, a sus posibilidades de ser clasificadas según diversos enfoques, y a su capacidad de expresar significados.

**Palabras claves:** organización – composición – generación – coherencia – unidad – armonía.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 93]

---

*La forma es la expresión de la energía organizada.*

H. F. Ras

### Organización y organizaciones. Nociones generales

En principio entendemos por organización a la forma, estructura, ley o principio de orden que configura un todo vinculando sus diversas partes o entidades al establecer sus roles y posiciones espacio-temporales en función de la satisfacción de objetivos de diverso origen.

Esta definición, aún siendo rigurosa, es por su vasta vaguedad poco operativa para nuestros fines. Sabemos que toda forma, por serlo, posee algún tipo de organización que determina aquello que hace que sea lo que es y no otra cosa. Asimismo conceptualizamos como informe o sin forma a aquellos fenómenos que no expresan

diáfananamente algún tipo o grado de organización que supere los rasgos mínimos necesarios para poder percibirlos. En rigor, todo tiene alguna forma u organización que puede desmenuzarse en un conjunto de partes vinculadas.

Es evidente, sin embargo, que del conjunto de las formas algunas pueden interpretarse categorialmente como unitarias o tendientes a la unidad en oposición a otras conceptualizables como múltiples o fragmentables. En estas últimas se exagera en su expresión perceptual la tensión dialéctica entre las partes y el todo. Ello nos permite clasificarlas como organizaciones o sistemas formales. Recordemos que por sistema entendemos un conjunto de partes, de relaciones entre esas partes, y de operaciones entre las relaciones de las partes.<sup>1</sup> Advirtamos asimismo que la noción de fragmento