

Sentido antropológico de la Moda y la Imagen

Armando Segura Naya
Rosario Segura García

Contenido

1.	Representación y entorno.....	1
2.	Presencia como problema	2
2.1.	El largo camino hacia la representación inteligente del entorno	3
2.2.	Ecosistema social: La representación de los otros	4
3.	Los modos de la representación.....	5
3.1.	Representación e Imagen	5
3.2.	Representación y complejidad	5
3.3.	El modo natural de representación:	6
	El orden de los factores, altera el producto	6
3.4.	El modo antropológico de representación	7
3.5.	El modo social de representar	8
4.	Significado del representar	9
4.1.	El esfuerzo por “quedar bien”: La imagen son los otros	9
4.2.	La imagen de uno mismo	9
5.	Fenomenología de la imagen	10
5.1.	Imagen como manifestación (simple aparecer)	10
5.2.	La imagen como explicación o expresión	11
5.3.	Imagen como reconocimiento (tener imagen)	11
5.4.	Imagen como signo e icono	11
5.5.	Imagen y máscara	12
5.6.	Imagen como marca de territorio y signo de poder	12
5.7.	Imagen, modelo y modelos	13
6.	Moda y comportamiento	13

I. TEORÍA DE LA REPRESENTACIÓN

1. Representación y entorno

Todo organismo vivo desarrolla una triple función representativa:

- 1) Reproducir su código genético

- 2) Representar el entorno
- 3) Representarse a sí mismo

La reproducción del ADN es un modo de representación consistente en mantener la herencia recibida que le permite sobrevivir en su entorno de modo específico y garantizar la pervivencia de la especie por medio de la reproducción. La reproducción como modo de mantener lo anterior, conservarlo en el registro molecular y repetirlo en los descendientes es una representación del origen, del código primigenio.

Se evidencia como es la memoria la que permite la representación y que la cantidad y cualidad de la memoria determina tal o cual nivel de representación.

La representación, a partir del nivel genético, que presenta de nuevo sustancialmente lo anterior, permite mantener las percepciones del entorno y duplicarlo en la mente como un mapa virtual. La representación virtual del entorno nos permite trabajar como si dijéramos in vitro, experimentando en el laboratorio de la mente las estrategias que nos son necesarias para afrontar las dificultades que se nos van planteando.

En los animales superiores hay una cierta representación del entorno con dos características:

- a) Es un entorno inmediato, a la mano
- b) Se presenta en un lenguaje binario de excitación, inhibición.

En el ser humano la enorme complejidad de nuestro sistema nervioso permite representaciones virtuales no sólo espaciales sino temporales en donde el recuerdo y la anticipación, ofrecen posibilidades de estrategia, de aprendizaje y de supervivencia que no se da en ninguna otra especie animal.

En un nivel más alto la representación se convierte en autorrepresentación mediante la cual, el hombre configura una imagen de sí mismo que es a la vez, causa y efecto de su nivel de autoestima. Esa autorrepresentación del ser humano ante sí mismo, no es sólo imaginaria sino sobre todo conceptual. No nos representamos sólo lo que percibimos visualmente sino lo que somos o lo que creemos ser.

2. Presencia como problema

Si mantenemos la descripción biológica de la representación, a título expresivo, encontramos en el discurso genético, la necesidad de un punto de partida temporal, de un cambio para mantener la continuidad, de una adaptación para la supervivencia y de un equilibrio entre conservación y transformación sin el que es imposible la continuidad.

Biológicamente hablando, la esencia de lo que se representa es un patrón, un código, el cual a su vez tiene una larga historia de transformaciones en las que cabe distinguir, rupturas y cambios más o menos radicales pero nunca absolutos.

La esencia, implícita e indeterminada en el punto de partida, se desenvuelve, hasta su total definición en el resultado. El proceso entero es una actualización de las posibilidades de los diversos y sucesivos puntos de partida que son los hitos de aquel discurso.

En los humanos, la capacidad de representación, permite la objetivación del proceso de la propia autoproducción biológica, a modo de pasado genético. Esa capacidad de representar que siempre es virtual, presupone una percepción de la propia presencia y de la presencia del entorno.

La presencia del entorno ante nuestra percepción, de modo panorámico, no sólo espacial sino contextual es siempre inteligente. El entorno se nos presenta como una oferta de disfrute o de agresión, como gozo o amenaza, de modo que sin estos dos resortes ningún ser vivo se mantiene. Suprimir el amor o el temor es suprimir la vida.

Tanto lo apetecible como lo amenazante se presentan al ser humano no como señales químicas y/o eléctricas que desencadenan una respuesta motora sino como problema. Toda presencia es para el hombre y la mujer un problema en el sentido intelectual del término más que en el existencial. Un problema es una situación a resolver más que un tormento a sufrir. Ver en el entorno sufrimiento denota una falta de madurez en un ser humano. El pensamiento, al objetivar y problematizar inicia un optimista proceso de liberación.

El nivel superior de la presencia es la representación en sus dos vertientes también escalonadas, la representación del entorno y de los otros y la autorrepresentación.

2.1. El largo camino hacia la representación inteligente del entorno

Desde la infancia, se va creando una distancia, entre el ser vivo y lo otro, una separación del agua vital, en la que el huevo flota en la placenta y que marca su identidad. La distancia nos aproxima a nosotros mismos porque nos diferencia del punto de partida. En los humanos este proceso de diferenciación y cristalización de la propia personalidad puede ser más o menos doloroso y su finalidad es la maduración.

Cuando el niño descubre que hay algo distinto de él mismo, empieza propiamente el aprendizaje que va a durar muchos años, muchos más que en cualquier animal superior. La razón es que lo que un potro o en un gatito deben aprender es fisiológico y funcional. Su memoria no les permite aprender experiencias y su adaptación al mundo es sobre todo genética. Los humanos sólo tenemos una

forma de adaptarnos al medio: la inteligencia. La formación de esta capacidad no se puede realizar en el seno materno en unos días de correteo por el terreno sino que exige una larga formación intelectual y de la voluntad durante casi tres décadas.

2.2. Ecosistema social: La representación de los otros

La diferencia entre entorno y personas, aunque interrelacionado aparece como diferenciado. El entorno y las cosas contenidas en él, objetos o seres vivos, pueden ser retos que suscitan el deseo o el temor pero las personas suscitan estos sentimientos “de otra manera”.

Las madres, en especial, pero también el padre en la distancia son representaciones vivas de uno mismo no como copias mecánicas o fotogramas sino como modelos, a los que se debe llegar, conforme a los que hay que desarrollarse. Los sustitutos, faltos de base genética y de afecto instintivo no se perciben como el doble de uno mismo sino como algo añadido, impostado.

En los procesos avanzados de desarrollo, en la adolescencia es donde los otros aparecen en su carácter específico de problema. La maduración cerebral y el escaso tiempo de aprendizaje recorrido genera una inseguridad y perplejidad que pueden hacer de los otros, más una dificultad que un atractivo, especialmente en los caracteres introvertidos. Sin embargo la naturaleza no hace nada sin motivo y la introversión supone un incremento de autorrepresentación frente a la espontaneidad del extrovertido que puede redundar en un mejor desarrollo de la interioridad y de la racionalidad. Un temperamento extrovertido suele tener una autoestima elevada de entrada lo que puede ser entendido como ventaja pero según la evolución del proceso como defecto.

“Los otros” van a formar el ecosistema social en el que los hombres y las mujeres se desenvuelvan. La adaptación a las exigencias del sistema son más difíciles que las del medio ambiente natural. Si el ser vivo está dotado genéticamente de una capacidad de sobrevivir en su medio, la adaptación al medio social plantea mayores problemas que no vienen resueltos automáticamente. Es la educación, el trato, el entrenamiento de relación los que crearán hábitos que permiten un equilibrio con el ambiente social en donde la vida se desenvuelve mejor. No debe olvidarse que el instinto de conservación no le basta a la especie humana para sobrevivir en un medio hostil sino que fue decisivo el instinto de sociabilidad.

3. Los modos de la representación

3.1. Representación e Imagen

La representación virtual del mundo no es un duplicado. La informática nos ha proporcionado unas analogías y un lenguaje muy útiles pero que no son extrapolables literalmente a nuestro mundo. La representación que el ser humano realiza del mundo no es una “imagen del mundo”, porque el mundo es más que una imagen, una idea.

Las imágenes son cosas, como fotografías o películas concretas, las ideas son tareas, proyectos. Esta distinción es esencial.

La representación del mundo no puede ser una simple imagen porque las imágenes son estáticas, son las que son. Las películas son acumulación de fotos fijas que crean la ilusión de movimiento. El verdadero movimiento de la representación lo permite la plasticidad cerebral que se representa dinámicamente un mundo que, de por sí es dinámico. Dinámica e interactiva la representación virtual del mundo permite tener en cada instante una figura del entorno que puede renovarse automáticamente. Gracias a ello podemos congelar nuestra representación en un momento dado para trabajar con ella “en frío” sin la presión de estímulos inmediatos y resolver los problemas en abstracto. La abstracción y la separación del individuo del entorno, están a l servicio de la relación con el entorno. Para ser interactivos no basta dejarse informar por las imágenes; hay que discernir lo que nos interesa de ellas para devolver nuestra respuesta motora e inteligente al entorno que nos plantea el problema.

3.2. Representación y complejidad

La terminología de la física actual que lleva trazas de aspirar a aparecer como una prima philosophia habla de complejidad o también de caos en referencia a la estructura cuántica de la materia. Esos términos se han extendido a todas las ciencias positivas e incluso a las humanas.

Es cierto que los aspectos de la realidad no son meras perspectivas de la cosa determinadas por el ojo del observador sino verdaderas facetas de la realidad misma. La cosa misma, sea la que sea, contiene infinitos lados, vertientes y aspectos. Dada la cantidad y la cualidad de estos elementos puede pensarse en aquella antigua expresión de que “todo está en todas las cosas” (Anaxágoras)

Esta visión de la complejidad como un magma de implícitos tiene por otra parte un correlato matemático en la noción de sistema y de axioma. La madeja se deja desenredar por el análisis: En un sistema matemático, todo está en todas partes y desde cualquier punto del sistema se puede inferir cualquier otro. Esta es por otra parte la condición del infinito matemático que para mayor asombro es entendido hoy, no como potencial sino como actual (Cantor)

El conocimiento de este modo de ser de la realidad es una adquisición de la ciencia, a partir de finales del s.XIX y principios del XX, que nos plantea, a la hora de representarla o/e imaginarla, problemas muy difíciles de resolver. Los mismos físicos se han esforzado en ingeniar métodos intuitivos para representar cosas absolutamente irrepresentables en imágenes porque son esencialmente de carácter intelectual.

Cómo representar un espacio de varias dimensiones parece imposible puesto que nuestros sentidos sólo son capaces de imaginar el espacio tridimensional. Sin embargo se han conseguido interpretaciones intuitivas de gran utilidad.

La ciencia de nuestro tiempo no puede ser sino una ciencia de la complejidad, lo que no significa simple exigencia de interdisciplinariedad o transversalidad sino, tal vez la búsqueda de un lenguaje unificado de base matemática, es decir, un lenguaje abstracto o virtual que goce de la plasticidad suficiente para adaptarse a todos los campos sin pérdida ni de lo específico de cada uno de ellos y menos de lo común a todos ellos.

Si “todo está en todo”, la imagen es insuficiente para representar sus innumerables facetas. La imagen debe servir al concepto y el concepto debe, a su vez, servirse de la imagen. El caos puede ser calculado pero difícilmente representado

3.3. El modo natural de representación:

El orden de los factores, altera el producto

Esta interconexión entre imagen y concepto que Kant denominaba esquematismo transcendental y que, en otro contexto encontramos tanto en los griegos como en los medievales, responde a la estructura misma del conocimiento humano. No puede ser de otro modo pues el conocer es una función del ser. Si el ser humano es la materialización de un concepto o en otros términos la representación física de la matemática, el conocimiento humano se debe tanto al concepto de la inteligencia como a la imaginación e incluso a la fantasía.

La Naturaleza es una imagen que representa intuitivamente las leyes eternas del pensamiento matemático. Esa representación es pobre, desde el punto de vista matemático, pero significa un logro de la inteligencia, bien de la inteligencia creada y/o de la creadora.

La relación entre la naturaleza y la matemática, suele contemplarse como si la matemática fuera una representación de la naturaleza. A este erróneo concepto ha contribuido no sólo la teoría aristotélica sobre la matemática sino también el convencionalismo y el instrumentalismo del empirismo inglés e incluso la doctrina kantiana sobre la matemática y la misma línea del idealismo posterior.

Concebir la matemática como un “modo de ver” la naturaleza o una imagen intelectual de ella, es invertir el orden de los factores. En este sentido el platonismo sigue el orden correcto. Una fórmula matemática no es una representación de una realidad física o una descripción abstracta de lo que la percepción sensible capta como si lo tangible y visible fuera lo verdaderamente real mientras que la fórmula sería un “ente de razón”, una fictio o hipótesis matemáticas. Por el contrario la verdadera realidad son los números y sus leyes y toda realización sensible introduce la imperfección y la limitación.

Un ejemplo bien cercano de esta verdad es el mundo virtual de la informática que al difundirse entre el público de todos los niveles culturales tuvo desde el principio que valerse de representaciones imaginativas que aparecen en el monitor como si fueran la realidad sobre la que el usuario está trabajando. Lo cierto, es que el usuario, en general, no está capacitado para manejarse con el álgebra de Boole y necesita los andadores de la intuición sensible que facilita las cosas hasta a los más torpes en estas labores abstractas. Este es el secreto del triunfo comercial de Apple y su famoso Mac frente a los primeros ordenadores IBM, construidos por ingenieros y para ingenieros.

Lo que se ve es muy bonito y real como lo es la fruta madura a punto de caer del árbol, pero la realidad última y profunda, es la más compleja y abstracta formulación bioquímica y matemática que hace posible esa percepción..

3.4. El modo antropológico de representación

Como la nuez oculta bajo la cáscara el cuerpo humano es la representación externa y sensible de su alma. Podemos llamarla mente o psiquis o lo que queramos pero se puede decir de manera tajante que no existe absolutamente nada que conozcamos en la naturaleza sensible que no sea materialización de una fórmula o una ley matemática. Nosotros somos corporalmente una parte, la más notable de la naturaleza y nuestro cerebro el órgano más complicado y más raro estadísticamente hablando. Es preciso reconocer que el rostro y el cuerpo humanos expresan una realidad existente más dura y real que la existencia física y natural y que en latín se denominó “anima” o mens.

Los pitagóricos tuvieron la genial intuición de pensar el alma como un número, una fórmula, idea que Platón desarrolla en algunos de sus diálogos como “República” y “Parménides”.

El avance de la teoría de los números por obra de matemáticos como Peano, Frege, Boole, la sistematización de Russell, permiten afirmar que los números no son ficciones de la razón sino realidades existentes bastante más poderosas que los ríos, los montes y cordilleras. Los árboles, pasan, los ríos se secan, las cordilleras tiemblan pero las leyes matemáticas son eternas.

Podemos decir entonces que no es el alma una superestructura del cuerpo o una legitimación ideológica de las necesidades corporales sino, a la inversa, el cuerpo como servidor de la inteligencia es su materialización.

Existir es ser lógico. Lo demás se funde.

3.5. El modo social de representar

Es obvio que la Moda es una realidad pasajera y que la pasarela representa muy bien este pasaje. Como íntimamente fugaz se adapta a la fugacidad del cuerpo, pero con ritmos y velocidades distintas. En otros tiempos es posible que una moda de vestir durase siglos entre otras cosas por la naturaleza de su economía tan diversa de nuestra economía de consumo. Una malla o un calzón apenas se diferenciaban de un siglo a otro. En nuestro tiempo la moda cambia cada año y cada estación del año. Este hecho no sólo satisface al mercado sino que revela una de las particulares y estrambóticas apetencias humanas que consiste en querer ser algo distinto de lo que se es, en querer ser muchas cosas a la vez, en no querer repetirse, en la novedad, la variación y el goce por lo efímero, lo accidental y lo que de un día para otro, pierde su valor.

Cierto que hay bajo la apariencia fugaz unas normas ocultas que varían menos que sus expresiones puntuales, unos intereses permanentes que son tan invariables como la naturaleza humana misma. Bajo lo visible hay estrategias ocultas, en la mente de los modistos de las grandes firmas, del gran comercio. Esa trama oculta que todos sobreentienden no interesa al gran público lo que interesa es el pasar de las modelos, absolutamente despersonalizadas, porque están al servicio del concepto, es decir de la trama.

La Moda, se ha dicho, es tiránica y nadie de ningún sexo escapa a esa tiranía. Si no se viste como el común uno se autoexcluye se margina, no puede contactar con nadie, es un outsider. Sin duda que en este sentido la Moda expresa el instinto de sociabilidad que necesita hacer perceptible el hecho de que formamos una comunidad de comportamientos, por mucho que dejemos a un lado si son o no son correctos.

Las revoluciones y rebeldías que son la espuma de la discriminación, la misma rebelión de los fuera de juego, crea su propia moda que será imitada por los que tienen la hegemonía. El prestigio heroico de “estar fuera de juego” es imitado por todos y se ponen de moda los tatuajes, los andrajos, la vestimenta del clochard o de la prostituta.

La Moda es una sustantivación del modo de aparecer en público pues en principio, a pesar de lo que, a veces, decimos, nadie se viste para sí mismo sino para los demás. El vestir a la moda es una especie de pasaporte al reconocimiento de los demás, un modo de empatizar y una estrategia para difuminarse: “soy igual que tú”

o dentro de ser igual que tú represento está igualdad mejor que nadie. Así vuelve a salir a la superficie el papel representativo de la Moda.

4. Significado del representar

4.1. El esfuerzo por “quedar bien”: La imagen son los otros

La Modernidad no inventó la Moda pero el término moderno procede de “hodierno” que ya en la Edad Media, significaba lo propio de hoy, lo más nuevo, lo actual. Para alguien que quiere, como se decía antes, “ponerse de largo” y entrar así en la vida pública, lo más importante es el “quedar bien” lo que significa aparentar lo mejor que uno pudiera ser. Este aparentar “como si se fuese”, está en las antípodas de la matemática de Descartes y de la física de Newton.

Sin embargo, debajo de ese esfuerzo por aparentar, vibra ocultamente la fuerza del instinto de conservación aliado del instinto de sociabilidad. Mediante ese querer ser lo que no se es, o aparentar más y mejor de lo que realmente se es, entramos de lleno en la vida pública, en donde todos quieren alcanzar a ser lo que los demás esperan de ellos.

Las leyes del instinto, genéticas, bioquímicas y bioeléctricas están debajo susurrando que esa frivolidad de aparentar el ser reinas por un día obedece al instinto profundo de ser y de ser en grupo. Nada hay que se ve que no tenga un motor invisible que la ciencia conoce cada vez más.

En definitiva, uno quiere seguir siendo y seguir siendo como individuo de la especie humana que ha sobrevivido gracias a la asociación organizada e inteligente. Por tanto tras la fugacidad de la moda hay una substancia permanente que sólo la mente puede comprender.

4.2. La imagen de uno mismo

Todos hemos sentido el descanso que produce llegar a casa y poner se cómodos o “de trapillo”. Podemos hacerlo porque sólo nos ven los más íntimos y ya no es necesario que te vean”, bien vestido”. Los románticos detectarán aquí, el instinto del buen salvaje que se quita la corteza de civilización, la máscara o la armadura que le distingue y le da fuerza social. Es notable cómo un hombre en zapatillas, carece de contradicciones pero la especie humana, para sobrevivir, tuvo que salir a campo abierto y endurecerse.

Cuando nadie nos ve para examinarnos con minuciosidad y poder criticar nuestra vestimenta, estamos solos con nosotros mismos como un alma sin cuerpo o como una ecuación sin carne donde aplicarse. El vestir cómodo no tiene las

exigencias estrictas de la Moda y sólo tiene un juez vigilante el propio decoro y la estima que uno tiene por sí mismo.

Vestir a la Moda puede ser necesario pero sentirse bien con uno mismo a través del vestido, es más necesario todavía. En la paz del hogar, defendido por los tabiques, uno es lo que es para sí mismo. Esta aparente libertad fuera de la Moda, que encuentra su descanso en el dejar de aparecer en público, sólo puede entenderse como un paréntesis de descanso que renueva las fuerzas para poder salir, otra vez, a lo abierto a lo público, vestido de novedad.

5. Fenomenología de la imagen

El término fenomenología que en el siglo XX ha dado nombre a un método e incluso a un modo de ver la vida muy generalizado, suele carecer de significado para el gran público. Es de lamentar que no se haya caído en la cuenta de la relación íntima que hay entre la Moda y el método fenomenológico.

Digamos que la fenomenología se preocupa de estudiar los fenómenos atendiendo a su modo de aparecer. Le interesa el cómo no el qué. Esta actitud se aproxima a la esencia de la Moda en donde el buen aparecer en público es lo único que interesa.

No hay película sin argumento y esto debe decirse también de la Moda que no se limita a la mudanza vertiginosa de modos de vestir y de comportarse sino que esa mudanza es posible porque debajo de ella hay un soporte fijo, una estructura invariante.

Veamos las estructuras que desde lo que no se percibe visualmente determina lo que si se percibe sensiblemente.

5.1. Imagen como manifestación (simple aparecer)

En algún sentido nos movemos en un mundo de apariencias, que en principio, no debe tener connotaciones morales. Los seres humanos no podemos ser sin aparecer. Este hecho radical que constituye nuestra existencia nos permite dar un sentido a lo que significa la Moda desde el punto de vista antropológico.

Si sólo somos en cuanto nos mostramos a los demás, se impone aparecer de la mejor manera posible dentro de lo que en nuestro ambiente social se entiende por vestir y comportarse adecuadamente.

Las apariencias, en este nivel que consideramos, manifiesta lo que cada uno puede “dar de sí”, una de las definiciones que se han formulado de la esencia. No es que seamos lo que manifestamos o que nuestra personalidad se agote en su manifestación pero nadie puede dar lo que no tiene y nuestro modo de exteriorizar lo que somos es limitado. Se puede decir que en la medida en que somos capaces de comunicar nuestra interioridad, ésta tiende a identificarse con su exteriorización. Ocurre en publicidad: si el producto que se publicita es bueno, lo que es y el modo como se presenta al público, tienden a identificarse.

5.2. La imagen como explicación o expresión

La diferencia entre temperamento y carácter nos da la pista para comprender la distancia entre el simple aparecer y el expresarse o explicarse. El esfuerzo que todos hacen por explicarse, por dar explicaciones, no suele llegar al nivel de un testimonio ante los tribunales o en un libro de memorias o en un diseño curricular sino que nos explicamos por lo que hacemos y cómo lo hacemos, La vestimenta y los modales son nuestra tarjeta de visita y todos nos conocen no tanto por nuestras argumentaciones como por nuestro comportamiento.

Todo ser humano lleva dentro de sí infinitas posibilidades que él mismo puede desconocer. Es como un depósito bancario que no se puede abrir si se ha perdido la llave. La conciencia de lo que nosotros mismo podemos “dar de sí” es la que matiza y colorea nuestro aparecer en público. Sin formas ni modos, somos mero temperamento pero si además tenemos carácter, nuestras posibilidades, hemos encontrado la llave, saltan a la vista y entonces no sólo nos explicamos a los demás sino que los demás mueden aprender de nosotros, aunque no abramos la boca.

5.3. Imagen como reconocimiento (tener imagen)

En general, “tener imagen”, es bastante más importante que tener cualquier otra cosa. Es cierto que si solamente tenemos imagen y ésta no expresa una personalidad, entramos dentro del género teatral de los actores. Necesitamos que nos reconozcan no sólo como titulares de un DNI, sino como poseedores de una identidad real, de una personalidad. La igualdad de todos los hombres ante la ley, si no es bien entendida lleva a considerarnos sujetos de todos los derechos y eximidos de aportar nada a los demás. La igualdad en el punto de partida es la posibilidad que se encierra en nosotros. Sin actualizarla ante los demás, la igualdad es vacía y parasitaria.

El reconocimiento público no depende inmediatamente de nosotros porque es cierto que hay empresas que fabrican la imagen de actores y políticos y que, en cuestiones de publicidad y de presentación social, la diferencia entre el observador y el observado puede ser muy grande.

Cuando nos reconocen por nuestra imagen, no lo hacen por la apariencia física sino por lo que esta apariencia descubre y que va más allá de ella misma. Ello nos revela el carácter de la Moda como signo e icono de la persona.

5.4. Imagen como signo e icono

Se ha dicho muchas veces que nuestra civilización es una civilización icónica. Ya quisiéramos que esto fuera verdad pues la función de los signos y los iconos es siempre trasladar un mensaje o anuncio a los demás, al público. El icono es una instrucción en la que, el que lo

contempla, aprende el significado que el signo expresa. Los signos nos ayudan y la especie humana es, preeminentemente, simbólica. Esto da relevancia a los iconos puesto que lo propio de su verdad no es descansar en ellos mismos como se descansa en un destino o término del viaje, sino todo lo contrario, abrir la puerta o dar el pase para un viaje más importante y vital que descansar en el signo. Es ridículo sacarse el pasaporte para descansar en él sin pensar en hacer ningún viaje.

Esto da sentido a las imágenes religiosas románicas, que pueden parecer faltas de vida e incluso feas, hieráticas y muertas, porque no están hechas para nuestro goce sino para nuestra enseñanza. La pintura renacentista es sin embargo, en muchos casos, menos significativa, porque te entretienes en ella con sumo placer y te olvidas de la ruta que debiera indicarte.

5.5. Imagen y máscara

Las artes escénicas utilizaban máscaras en la antigüedad, queriendo centrar la atención en el personaje, que es el titular del argumento del drama o la tragedia. La persona del actor, la que está debajo de la máscara, no interesaba. En el teatro moderno, actores y actrices no necesitan máscara porque el arte escénico consiste en trabajar creando una personalidad de ficción que es la que figura en el guión. En este sentido el teatro moderno exige mucho más destreza y profesionalidad que el antiguo.

En la vida social hay muchos que llevan una máscara visible que emplean para adquirir una imagen que no se corresponde con la realidad. El refrán que dice que “antes se coge al mentiroso que al cojo”, encierra gran sabiduría porque el embuste es siempre una refracción de la imagen con la realidad y ésta se acaba imponiendo. Una imagen falsa es muy difícil de mantener porque, aunque muchos vivan de la pura imagen, esto tiene sentido si lo que figura en imagen, si el valor real de la moneda, permite comprar lo que en ella se significa. Por mucho que las finanzas, a veces, nos hagan creer que tener imagen basta para tener crédito, es bien patente en nuestros días, que si no hay bienes reales, con imagen o sin imagen, no dan crédito.

5.6. Imagen como marca de territorio y signo de poder

Todos hemos conocido personas de gran responsabilidad en el ámbito político, económico o académico que muestran sus signos de poder que marcan su territorio y que indican a los demás, los límites de sus posibilidades y hasta donde pueden llegar. El constructor que necesita un automóvil de gran lujo y mostrar anillos y joyas que le señalen como económicamente solvente, los empresarios que hacen del vestir y del ademán, una estética. No importa que vayan en mangas de camisa, es el modo como se lleva la camisa lo que denota al empresario. Lo mismo dígame de políticos, médicos o profesores. El público necesita ver la bata blanca o el talante campechano que promete siempre más de

lo que puede. Los profesores hemos confundido en el último medio siglo la profesión con la política y necesitamos demostrar, en ocasiones, que no sabemos demasiado no sea digan que somos petulantes y arrogantes. Esto se consigue a veces con un gran esfuerzo por bajar el nivel propio y ajeno, por mucho que toneladas de papel y de burocracia, prediquen calidad.

5.7. Imagen, modelo y modelos

La relación entre “imagen” y “modelo” es de carácter inverso. La imagen refleja el rostro pero el modelo lo moldea. De alguna manera ambos términos responden al par de conceptos: “a priori” (el modelo) y a posteriori (la imagen)

La Moda no trata de reflejar la vestimenta de la gente sino más bien conseguir que la gente se vista conforme al modelo que diseña el modisto.

Los o las modelos que desfilan en la pasarela son imágenes no son propiamente modelos, porque reflejan el diseño del modisto,

Estas expresiones son aplicables no sólo a la estética y al arte sino a toda la actividad humana, a la fabricación, la construcción, la ingeniería social, etc.

6. Moda y comportamiento

No hay ninguna región de lo humano que no venga influida por las demás y por ello, el comportamiento estético es una región del comportamiento ético así como éste lo es del comportamiento lógico.

6.1. Comportamiento estético y ético

Suele pensarse que el arte y la ciencia de lo bello que es la estética no tiene que ver con la moral y si algo tuviera será en relación de antagonismo. El pensamiento moderno como pensamiento de la escisión separa lo que está unido porque cree erróneamente, que la unión es represión y porque confunde la unidad con el totalitarismo. El ejemplo de las estéticas fascista y comunista de la época staliniana son modelos de lo que no debe repetirse.

Ciertamente que esos modelos estéticos son rechazables no por ser feos sino porque son inhumanos. Una humanidad escindida de sí misma, se encuentra así misma en la escisión como haría un ladrón que se entendería perfectamente con sus congéneres. En nuestro tiempo hemos visto el compañerismo entre los outsiders, los enemigos de todo sistema.

Vestir a la Moda es un modo social de comportarse que exterioriza la personalidad de cada cual y su disposición a solidarizarse con los demás vistiendo con detalles propios, el “aire” de la moda del momento. Cual quier moda puede ser humanizada en la medida en que se conserven estos dos polos, el de la identidad propia y el de compartir la moda con

todos. La uniformidad rígida en donde todos van vestidos a la moda pero sin el aporte y detalle individual, es un carácter más de la masificación postindustrial. Es necesario “tunear” la moda con la distinción de la que sea capaz cada uno. La uniformidad inducida por los medios: pasarela, revistas de moda, publicidad, cine y TV debe ser liberada del modelo prêt-à-porter para modelarla al gusto personal. Es una cuestión no sólo de gusto sino de inteligencia.

Un vestir a la moda tuneado a la medida tiene esa configuración ética en donde lo individual y lo social se articulan sin conflictos.

Mostrar como el comportamiento ético y estético son comportamientos con fundamento lógico no es cosa que el espacio de que disponemos nos permita desarrollar aquí. Baste decir que si entendemos la lógica como una oferta de posibilidades y no como un mecanismo determinista, la lógica no sólo es un fundamento para el comportamiento humano en general que incluye el deber con los demás, es decir el vestir de modo que los demás al vernos resulten gratificados.