

2010

Extracto. © Reimpreso con autorización. Reservados todos los derechos. Texto de la introducción: 'Introducción Las tendencias son tendencia. Nos intrigan esas focalizaciones del deseo por las cuales unos individuos distintos los unos de los otros, sin haberse puesto de acuerdo, muestran tener los mismos deseos. Estas convergencias del gusto colectivo han refrendado, por ejemplo, los moelleux de chocolate, luego los macarons, el tenis y después el golf, y también los coches híbridos a continuación de los '4 × 4'. Los medios de comunicación conceden una gran atención a este fenómeno y dedican un amplio espacio a lo que gusta a nuestros contemporáneos o? ¡a lo que debería gustarles! Bajo su aparente ligereza, las tendencias no se limitan a fenómenos frívolos y comerciales. Nuestros actos más meditados también pueden estar regidos por modas. Es el caso, por ejemplo, de la elección de un nombre para el hijo que se espera. Los progenitores meditan con todo cuidado esta decisión que acompañará al niño desde el principio hasta el final de su existencia. Algunos intentan singularizar a su hijo, otros, por el contrario, tratan de darle un nombre que confirme su pertenencia a un determinado grupo; unos recurren a la intuición, y muchos otros a las guías disponibles sobre esta cuestión. Pero, a fin de cuentas, efectivamente existen ciclos durante los cuales aparece la pasión y luego el desamor por un determinado nombre. Ahora ya las tendencias nos acompañan siempre en todos los ámbitos de nuestra existencia. 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 como si los deseos de la mayoría estuvieran regidos por una autoridad tan poderosa como caprichosa: la moda. ¿Los vaqueros se han llevado anchos durante varias temporadas? La tendencia conmina a que en la siguiente temporada se lleven ceñidos -slims-. ¿Los dandis lucían un rostro lampiño? Pues ahora optan por la perilla o el bigote. En verano, el Mediterráneo era el destino obligado; ahora, en cambio, se prefiere el Atlántico. Pero un día la moda pasa; ese objeto tan deseado ayer, el must have, se convierte en el colmo de lo pasado de moda; el signo distintivo, objeto de todas las codicias, se transforma en estigma. El cementerio de las tendencias acoge a un nuevo ocupante. La amplitud del fenómeno requiere una 'sociología de las tendencias' destinada a comprender las condiciones de producción de estas modas. La disciplina que se encarga de estudiar el cuerpo social debe poder desmontar los engranajes de este arbitrio colectivo que rige los gustos de la mayoría. En efecto, bajo su apariencia frívola, las tendencias plantean algunas de las cuestiones más serias de la sociología. Comprender las tendencias significa penetrar los mecanismos de la imitación, de la difusión de los gustos y del papel de marcador social que pueden desempeñar. Esto supone también reflexionar en los mecanismos que gobiernan las elecciones individuales: ¿somos libres de actuar o bien es el cuerpo social el que nos obliga a tomar determinadas decisiones? Finalmente, ¿se puede tratar todo fenómeno colectivo como tendencia? ¿Se puede hablar de una moda de los derechos del hombre como se hablaría de la moda del aceite de oliva? ¿Puede compararse la

tendencia bío con la pasión observada en el pasado por el comunismo? La intuición incita a contestar negativamente dicha pregunta: queda por comprender lo que distingue las tendencias, y las modas, de los demás movimientos cíclicos que se apoderan de los pueblos, desde la religión hasta las ideologías. Hay que hablar seriamente de temas ligeros: este adagio se aplica a las mil maravillas a la sociología de las tendencias. Lo que está en juego en este ejercicio no es poco: se trata de partir al descubrimiento de nosotros mismos, de verificar la profecía de Tocqueville según la cual la sociedad democrática vive 'en una perpetua adoración de sí misma'. ' Copyright del texto: sus autores Copyright de la edición

Español

[Descargar 2010 por Mega](#)

[Descargar 2010 por Mega](#)

[Descargar 2010 por Depostifiles](#)

[Comprar 2010 en Amazon](#)