



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN COMUNICACIONES PUBLICITARIAS
TRABAJO DE GRADO

**ANÁLISIS SIMBÓLICO DE LA VESTIMENTA DEL SIGLO XX A
TRAVÉS DE LA TEORÍA DE BARTHES**

LA FATA RODRÍGUEZ, Valeria Cristina

Tutor:
ASCANIO, Rafi

Caracas, septiembre de 2017

Formato E:

Resumen analítico del Trabajo de Grado

Alumnos:

Fecha: _____

| | Nombre y apellido | Expediente | Mención |
|---|-------------------|------------|---------|
| 1 | Valeria La Fata | | CP |
| 2 | | | |
| 3 | | | |

Unidad: ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Mención(es): Comunicaciones Publicitarias

Año: 2017 _____ Número de páginas: 106 _____ Nro ejemplares: _____

Título del Trabajo de Grado:

Análisis simbólico de la vestimenta del siglo XX a través de la teoría de

Barthes _____

Indicadores (señale 3 a 5 palabras que identifiquen el tema, enfoque, contenido o materia del trabajo para efectos de su inclusión en una base de datos):

Moda, ropa, icónico, historia,
semiótica _____

Descripción (situación específica que el trabajo resuelve o mejora):

Análisis de 7 tipos de vestimenta femenina que fueron creadas y se convirtieron en una tendencia de uso durante el siglo XX a través de la teoría semiótica de Roland Barthes _____

Modalidad (según clasificación propuesta por la Escuela):

Análisis de medios y mensajes _____

Fuentes (número de referencias bibliográficas utilizadas): _49_____

Contenido (resumen de objetivos, metodología y resultados):

El trabajo tenía como objetivo general el análisis simbólico de siete atuendos de característicos de la moda del siglo XX a través de la teoría propuesta por Roland Barthes. Mediante el estudio de los postulados de Barthes, las diferentes tendencias de moda en el siglo XX, y el vestuario como un elemento comunicativo, se creó una matriz de análisis basada en lo que Barthes desarrolló en su teoría, se seleccionaron siete atuendos icónicos, cada uno correspondiente a una década, y se procedió a analizar los componentes icónicos que estaba codificados en las prendas de ropa de cada pieza.

Conclusiones (resultado final de la investigación o recomendaciones):

Como resultado, se obtuvo un análisis que permitió identificar cómo los atuendos utilizados durante las diferentes épocas del siglo XX comunican más allá de la edad o sexo de la persona. Los elementos simbólicos contenidos en cada pieza revelan también cómo el entorno social afecta las distintas tendencias en la moda y cómo las personas usaban la ropa para expresar valores, costumbres, estatus, ambiciones y hasta deseos de cambio.

Se recomienda así principalmente la realización de una investigación similar que esté enfocada en el análisis simbólico de las tendencias de ropa masculina para poder tener así una visión general de la moda del siglo XX y sus mensajes intrínsecos.

Firma Tutor: _____ Evaluación Final (para llenar por el CTG): _____

Para Tayde, Juan, Andrea y Gaby

AGRADECIMIENTOS

A mis padres por haberme dado la vida, a mis hermanas por ser mis compañeras a lo largo de esta.

A mis mejores amigas, Victoria y Kyra, porque son indispensables para mi.

A Ana Belén, Samantha, Gaby, Andrea y Karla, quienes conocí en distintas etapas de la carrera y quienes me llenaron de infinitas alegrías a lo largo de esta.

A mi profesora guía Rafi, quien comprende perfectamente que antes de ser cualquier otra cosa, somos primero seres humanos.

A cada una de las personas que hicieron de mis cinco años de universidad una etapa inolvidable.

A todos, gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|----|
| Introducción | 9 |
| CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | |
| 1.1 El problema | 11 |
| 1.2 Objetivos | 13 |
| 1.2.1 Objetivo general | 13 |
| 1.2.3 Objetivos específicos | 13 |
| 1.4 Justificación | 13 |
| 1.5 Delimitación | 15 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | |
| 2.1 Antecedentes del estudio de los signos | 16 |
| 2.2 Semiótica o semiología | 18 |
| 2.2.1 Charles Peirce | 18 |
| 2.2.2 Ferdinand de Saussure | 19 |
| 2.3 El signo | 21 |
| 2.3.1 Significado | 21 |
| 2.3.2 Significante | 22 |
| 2.4 Roland Barthes | 22 |
| 2.4.1 Mitologías | 23 |
| 2.4.2 Retórica de la imagen | 24 |
| 2.4.3 Los tres mensajes | 25 |
| 2.4.3.1 Mensaje lingüístico | 26 |
| 2.4.3.2 Mensaje icónico no codificado | 26 |
| 2.4.3.3 Mensaje icónico codificado | 27 |
| 2.5 Moda y semiología | 28 |
| 2.5.1 Barthes y la moda | 29 |
| 2.6 Antecedentes de la investigación | 30 |
| CAPÍTULO III: MARCO CONCEPTUAL | |
| 3.1 Comunicación | 32 |
| 3.1.1 Comunicación verbal | 34 |
| 3.1.2 Comunicación no verbal | 34 |
| 3.1.2.1 El vestuario como elemento de comunicación | 35 |

| | |
|--|----|
| 3.2 Moda | 36 |
| 3.2.1 ¿Qué es moda? | 36 |
| 3.2.2 La importancia de estudiar su historia | 38 |
| CAPÍTULO IV: MARCO REFERENCIAL | |
| 4.1 La moda en el siglo XX | 40 |
| 4.2 1920 | 42 |
| 4.2.1 La era del jazz | 43 |
| 4.2.2 Prendas de punto y jersey | 44 |
| 4.2.3 Coco Chanel | 44 |
| 4.3 1930 | 45 |
| 4.3.1 Moda en austeridad | 46 |
| 4.3.2 Glamour de Hollywood | 46 |
| 4.3.3 Vestimenta para el día | 47 |
| 4.3.4 Elsa Schiaparelli | 48 |
| 4.4 1940 | 49 |
| 4.4.1 Moda racionada | 49 |
| 4.4.2 <i>Ready to wear</i> americano | 50 |
| 4.4.3 Christian Dior | 51 |
| 4.5 1950 | 52 |
| 4.5.1 Época dorada de la alta costura | 54 |
| 4.5.2 Las amas de casa | 54 |
| 4.5.3 Cristóbal Balenciaga | 55 |
| 4.6 1960 | 56 |
| 4.6.1 La libertad excesiva | 57 |
| 4.6.2 Moda futurista | 59 |
| 4.6.3 Mary Quant | 59 |
| 4.6.4 Yves Saint Laurent | 60 |
| 4.7 1970 | 61 |
| 4.7.1 Estilo glam y disco | 63 |
| 4.7.2 Los <i>hippies</i> | 63 |
| 4.8 1980 | 64 |
| 4.8.1 El <i>power dressing</i> | 66 |

CAPÍTULO V: MARCO METODOLÓGICO

| | |
|--|----|
| 5.1 Modalidad de la investigación | 68 |
| 5.2 Tipo de investigación | 68 |
| 5.3 Diseño de la investigación | 69 |
| 5.4 Población, unidad de análisis y muestra | 69 |
| 5.4.1 Población | 69 |
| 5.4.2 Unidad de análisis | 70 |
| 5.4.3 Muestra | 70 |
| 5.5 Técnicas e instrumentos de investigación | 71 |
| 5.5.1 Matriz de análisis | 72 |
| 5.5.2 Criterios de análisis | 72 |
| 5.5.2.1 Componente icónico no codificado | 72 |
| 5.5.2.2 Componente icónico codificado | 75 |

CAPÍTULO VI: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

| | |
|---|----|
| 6.1 Piezas y matrices de análisis | 77 |
|---|----|

CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

| | |
|---|------------|
| 7.1 Conclusiones | 98 |
| 7.2 Recomendaciones | 99 |
| Referencias bibliográficas | 101 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| No. | Nombre de la figura | pp. |
|-----|--|-----|
| 1 | Anuncio de pastas Panzani | 25 |
| 2 | Modelo transaccional de la comunicación | 33 |
| 3 | The end of dinner de Jules-Alexandre Grün | 40 |
| 4 | Vestido Hobble de Paul Poiret | 41 |
| 5 | Louise Brooks | 43 |
| 6 | Vestidito negro de Chanel | 45 |
| 7 | Jean Harlow en The Blonde Bombshell | 47 |
| 8 | New Look por Richard Avedon | 52 |
| 9 | Marlon Brando en la película The Wild One (1953) | 53 |
| 10 | Vestidos de noche por Balenciaga | 56 |
| 11 | Jane Fonda en Barbarella (1968) | 59 |
| 12 | Mary Quant | 60 |
| 13 | Actriz Natalie Woods | 64 |
| 14 | Trajes por Emanuel Ungaro | 67 |
| 15 | Atuendo 1 | 77 |
| 16 | Atuendo 2 | 80 |
| 17 | Atuendo 3 | 83 |
| 18 | Atuendo 4 | 86 |
| 19 | Atuendo 5 | 89 |
| 20 | Atuendo 6 | 92 |
| 21 | Atuendo 7 | 95 |

ÍNDICE DE TABLAS

| No. | Nombre de la tabla | pp. |
|-----|--------------------|-----|
| 1 | Muestra | 71 |
| 2 | Matriz de análisis | 72 |

INTRODUCCIÓN

Algo que comenzó como una necesidad básica para el hombre primitivo, una necesidad de proteger la piel del frío y de los climas rudos, ha evolucionado junto con la humanidad a través de los años hasta llegar a la actualidad, cuando la ropa forma parte de una industria que mueve cerca de tres billones de dólares alrededor del mundo y emplea a más de 100 millones de personas (<http://bit.ly/1SubojR>).

La moda es descrita por muchos como un fenómeno social, digno de ser estudiado y analizado con detenimiento. El ser humano es un ser expresivo. Y esto no solo se limita a expresiones verbales. Con el vestuario, el hombre manda un mensaje, todo lo que se coloca en el cuerpo se hace con plena consciencia de que los demás lo verán.

El traje es un mensaje, es por algo que existen prendas que se consideran formales, y otras que se categorizan como casuales. Cada vestuario que un individuo usa de manera voluntaria, es una forma de expresar cómo quiere que el mundo lo vea.

Simmel (1939) considera a la moda como un fenómeno constante de nuestra especie. Para él, la moda es la mímica de un modelo determinado, en donde la necesidad de apoyo en la sociedad se satisface, al mismo tiempo que es la diferenciación entre individuos, satisfaciendo también esa necesidad de distinción.

Bajo este concepto de la moda como un mensaje que no solo permite al humano apoyarse en otros, sino diferenciarse también del resto, la presente investigación analiza siete atuendos de ropa femenina que, a lo largo del siglo XX, fueron icónicos y sirvieron como modo de expresión tanto individual como colectiva.

Se seleccionó la teoría semiótica de Roland Barthes, partiendo de sus postulados expuestos en su ensayo Retórica de la Imagen, como herramienta que ayudó a descifrar esos mensajes que se esconden detrás de cada prenda.

La estructura de este trabajo se ha diseñado en capítulos, a saber:

En el capítulo I se destacará todo lo relacionado al planteamiento del problema, incluyendo los objetivos tanto general como específicos, la justificación y la delimitación y alcance de la presente investigación.

En el capítulo II se trabajará el marco teórico, en donde se desglosarán los conceptos más importantes de la semiología, luego se expondrá la teoría de Roland Barthes, se hablará de la moda relacionada a la semiótica y, por último, se mencionarán los antecedentes que presenta la investigación.

En el capítulo III se tratará el marco conceptual, que explicará los conceptos relacionados a la comunicación, mostrará las diferencias entre la comunicación verbal y la no verbal y brindará la definición de lo que es la moda y el por qué se estudia su historia.

El capítulo IV incluye el marco referencial, que ofrece un repaso por la historia de la moda, prestando especial atención al siglo XX, desglosado por las décadas más significativas de esos 100 años.

El capítulo V contiene el marco metodológico, que desarrolla todo lo referente a modalidad de investigación, el tipo de estudio a realizar. Es aquí donde, además, se selecciona la muestra a ser analizada, se diseña el instrumento a utilizar y se definen los criterios bajo los cuales se hará el análisis.

Una vez definido todo lo anterior, el capítulo VI será para realizar el análisis y obtener la interpretación de los resultados.

Finaliza este trabajo en el capítulo VII exponiendo las conclusiones obtenidas por el estudio realizado y recomendaciones para el futuro estudio de un tema similar.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 El Problema

En la actualidad, la función que la ropa cumple en la sociedad es tan importante que se considera a esta una necesidad básica. La Declaración Universal de Derechos Humanos así lo afirma, pues establece que el derecho a un nivel de vida adecuado incluye, además de la alimentación, el derecho al vestido (<http://bit.ly/1hHDu9u>).

No obstante, además de cubrir una necesidad básica, la indumentaria compone también una forma de expresión para el ser humano. Asegura Fogg (2016) que “el deseo de vestirse bien trasciende los límites históricos, culturales, geográficos y, aunque la forma y el contenido puedan variar la motivación sigue siendo la misma: adornar el cuerpo humano como expresión de identidad” (p.8).

Sin embargo, ya a finales del siglo pasado Descamps (1986) consideraba que aunque la moda era un factor esencial para la sociedad, aun se ignoraban sus causas, frenos, leyes y mecanismos. Es decir, se ignoraba el trasfondo y el origen de las piezas y el significado que estas podían emitir de manera intencional o accidental al ser usadas.

Partiendo de las premisas anteriores, se presenta la intriga de estudiar el vestuario como un elemento de comunicación, de saber si es posible emitir un mensaje a través de la ropa, más allá de aquel que revela el sexo de la persona que usa el vestido o de saber si se viste para alguna ocasión particular.

Para buscar este mensaje, es necesario conocer los signos que puede transmitir un objeto y buscar el significado que brinda. Por ende, se requiere de una teoría semiótica que permita descifrar lo que el vestido está comunicando.

Roland Barthes fue uno de los semióticos que más conocidos del siglo XX. Beuchot (2004) sostiene que, durante su vida, este semiótico francés

estuvo en la búsqueda de sistemas de signos que podían encontrarse en objetos cotidianos que parecían no tener significado alguno. Su teoría del signo se centró en encontrar el significado intrínseco que podían tener elementos como la comida, los automóviles, la ropa, entre otros.

Empezó por exponer esto en su obra *Mitologías* (1957), en donde aseguraba que “las denotaciones de los signos de la cultura popular delatan connotaciones que son en sí mismas “mitos” generados por el sistema de signos más amplio que conforma la sociedad” (Cobley y Jansz, 2004).

Pero estos mitos no surgen de manera natural, destaca Barthes (1999) que ellos son el resultado de la historia humana, la cual permite que los objetos pasen a convertirse en habla, y, además, la que determina la duración de los mitos, que nunca podrán ser eternos y evolucionan constantemente.

Luego, en su ensayo *Retórica de la Imagen* (1964) Barthes presenta una matriz de análisis que servirá para estudiar los elementos connotativos y la significación de estos objetos cotidianos, facilitando la interpretación simbólica de los mismos. Dicha matriz se compone de tres partes: el mensaje lingüístico, el mensaje icónico codificado y el mensaje icónico no codificado.

En el caso de la moda, específicamente cuando se estudia su historia, se descubre que esta siempre ha sido el reflejo del tiempo en el que se vive, y es por eso que se debe apreciar la moda en un contexto cultural más amplio (Fogg, 2009). Se observa entonces cómo es la historia la que moldea tanto los objetos como los mitos que de estos provienen.

A raíz de lo mencionado anteriormente, surge la duda de si es posible que una prenda de ropa venga cargada con un mensaje que narre una historia del tiempo en la que fue creada. Se busca determinar si la forma en que vestían los seres humanos en determinadas épocas podría tener sus propias mitologías.

El siglo XX fue un período en la historia en donde los cambios impulsados por acontecimientos como las dos guerras mundiales, la

emancipación femenina, la llegada del hombre a la luna, la televisión a color, entre otras cosas, permitieron que las tendencias de moda fueran un espejo de lo que sucedía en el mundo.

La particularidad que presenta este siglo con referencia a la moda y a diferencia de los siglos pasados es que la mayoría de sus tendencias están marcadas por las décadas. Se puede hablar de un *look* de la época de los años 1920 o 1960 y entender perfectamente al tipo de vestuario al que se refiere.

Es por eso que se deciden tomar 7 *looks* o atuendos representativos de distintas décadas del siglo XX para poder ser analizados en la presente investigación y buscar responder las siguientes interrogantes: ¿es posible identificar los atuendos que fueron tendencia a lo largo del siglo XX?, ¿se pueden describir estas prendas basándose en los criterios que Barthes expone en su teoría del signo?, de ser esto posible, ¿es factible que se encuentren en cada *look* mensajes icónicos codificados?.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Analizar simbólicamente, a través de la teoría de Barthes, 7 atuendos icónicos que fueron creados durante el siglo XX

1.2.2 Objetivos específicos

- 1) Identificar las prendas de ropa y los atuendos que se convirtieron en tendencia durante las distintas décadas del siglo XX
- 2) Describir las características que posee cada atuendo con base en los criterios de la teoría de Barthes
- 3) Determinar los mensajes icónicos codificados contenidos en el atuendo

1.3 Justificación

Con este trabajo se quiere demostrar que las tendencias de moda que fueron relevantes a lo largo del siglo pasado, emiten intrínsecamente un

mensaje que va más allá de cumplir la simple necesidad básica de vestirse.

Para Berganza y Ruiz (2005) la justificación de un trabajo de grado puede hacerse basada en determinados criterios tales como su conveniencia, su proyección social, las implicaciones prácticas del proyecto, su aporte teórico y, por último, su aporte metodológico.

Inicialmente, esta investigación puede considerarse dentro del criterio de conveniencia porque, como aseguran Berganza y Ruiz “puede ser conveniente realizar una revisión teórica y metodológica de algún o algunos conceptos dentro del campo de estudio de la comunicación” (p.47).

Partiendo de una teoría semiótica propuesta por Roland Barthes, quien dedicó su vida a deconstruir distintos fenómenos de la vida cotidiana para hacer notar que dentro de estos había connotaciones obvias generadas intencionalmente (Cobley y Jansz, 2004), es posible analizar cómo la ropa viene cargada con un mensaje que, si bien se cree que es arbitrario, tiene símbolos ocultos que cuentan alguna historia.

Otro de los criterios propuestos por Berganza y Ruiz (2005) aplicable a este trabajo es el aporte teórico, definido por los autores como esa investigación que constituye una contribución que permitirá el avance de teorías y conceptos y que le aportará algo nuevo que podría ser utilizado para investigaciones futuras.

Simmel (1939), ya casi a mediados del siglo pasado, se refería a que la historia de la moda solo había sido estudiada desde la evolución del contenido y proponía que esta, además, debía estudiarse enfocándose en su significación.

Por último, se pretende con esta investigación realizar un aporte metodológico, que según Berganza y Ruiz (2005) es definido como aquel que busca abordar el objeto de estudio desde una perspectiva diferente, usando un instrumento que pudiera ser de utilidad para otras investigaciones. Para este trabajo se utilizará una matriz de análisis que podrá servir como aporte metodológico para futuras investigaciones que

se realicen y que estén relacionadas al tema de la moda o a la teoría de Roland Barthes.

1.4 Delimitación

El siglo XX es el siglo con más evolución en tema de vestuario en la historia. Durante estos cien años, las tendencias en la forma cotidiana de vestir de los seres humanos percibieron más cambios que en cualquier otro momento.

A raíz de esto, se decide tomar una muestra de aquellos atuendos creados en el siglo pasado considerados los más icónicos y representativos. Las décadas seleccionadas para el estudio abarcan desde el año 1920 hasta el año 1989, por ser consideradas aquellas en donde los vestuarios contienen significados simbólicos más evidentes.

Además, se seleccionarán únicamente prendas de ropa femenina, por contener una carga simbólica más alta en estas a raíz del gran cambio en la forma de vestir del siglo XIX a siglo XX, y que fueron tendencia mayoritariamente en el mundo occidental, específicamente América del Norte y Europa.

Se decide de esta manera analizar siete *looks*, uno correspondiente a cada una de estas siete décadas. La realización de este trabajo durará 11 meses, desde octubre de 2016 hasta septiembre de 2017.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del estudio de los signos

Los orígenes de la semiótica o semiología se remontan a la antigua Grecia. Ambas palabras provienen del griego *semeion*, que significa signo o intérprete de signos (<http://bit.ly/2wrYHkN>).

Se puede decir que los médicos de aquella sociedad fueron los primeros grandes semióticos y esto se debe a que ellos interpretaban sintomatologías y determinaban el tipo de enfermedad que padecía el enfermo.

Sin embargo, los filósofos griegos no empezaron estudiando el signo, sino que partieron de lo lingüístico. Entre los más destacados se encuentran Platón, quien reflexionó sobre el origen del lenguaje, y Aristóteles, quien definió al signo lingüístico como una cosa u objeto a través de una idea mental (Beuchot, 2004).

Alrededor del año 300 A.C. existió un debate entre epicúreos y estoicos con respecto a la diferencia entre los signos convencionales y los naturales (Cobley y Jansz, 2004). Sin embargo, Beuchot (2004) plantea que fueron los estóicos los primeros en desarrollar una teoría del signo, en donde además lo lingüístico era solo una parte de la misma, sosteniendo que:

Los estóicos, además de introducir, por supuesto, al usuario del signo en el acontecimiento sígnico, introducían otros tres elementos: el signo o significante (*to semainon* o *to semeion*), el significado o sentido (*to semainómenon* o *to lektón*) y la denotación, referencia u objeto físico (*to tynjanon* o *to pragma*) (p. 16).

Más adelante, en la Edad Media, los escritos de San Agustín (354-430) mostraban una conciencia más clara del signo y la evolución de un concepto ambiguo que con el tiempo llevaría al establecimiento de la semiología formal (Beuchot, 2004).

Cobley y Jansz (2004) atribuyen a San Agustín la creación de las bases sobre las cuales se sentará la discusión y el análisis sobre los signos, especialmente en occidente.

A pesar del gran aporte que dio San Agustín para el avance de la semiótica, sus ideas fueron criticadas por otros académicos como Guillermo de Ockham (1285-1349), quien da una definición del signo que va a incluir no solo a los signos sensibles (como lo hacía la definición de San Agustín), sino que también va a incluir el signo intelectual (por ejemplo, los conceptos) (Beuchot, 2004).

Según Cobley y Jansz (2004), la división principal que Ockham hizo de los signos fue separarlos en aquellos que eran privados, que solo se encontraban en la mente del sujeto, y aquellos que se expresan con la finalidad de que sean públicos.

Estos conceptos de la mente serían más adelante tratados por John Locke (1632-1704), quien consideró que los universales eran conceptos mentales que no tenían fundamento en la realidad (Beuchot, 2004).

Aunque Locke no desarrolló una disciplina del signo, su Ensayo Sobre el Entendimiento Humano fue crucial para la semiótica actual porque en él propuso una división trimembre de las ciencias, las cuales podían ser físicas (para conocer la naturaleza de las cosas, por ejemplo los números), prácticas (que permiten guiar las acciones de los humanos de tal forma que se puedan obtener cosas buenas y útiles, como la ética) y, por último, llama a la tercera clasificación semióticas, siendo el primero en utilizar este término (Beuchot, 2004).

Para Locke, estas ciencias semióticas tenían la finalidad de permitir que el hombre pudiera alcanzar y comunicar lo que las primeras dos ciencias proponían. Beuchot (2004) resalta que Locke consideraba que los signos más útiles eran los lingüísticos, sin embargo, como las cosas no pueden estar siempre presentes, los humanos hacen una representación mental de estas para poder guardarlas en la memoria y poder comunicarlo a otros. Locke afirma que estas representaciones también son signos.

No queda duda de que Locke fue un eslabón importante en el camino hacia la creación de una ciencia de los signos. Aunque solamente hace mención a la necesidad de crear esta disciplina, sin llegar a profundizar en ella, dejó sentado el proyecto que sería desarrollado por quienes son considerados los padres de la semiótica actualmente.

2.2 Semiótica o semiología

El estudio de los signos es un fenómeno reciente. Afirman Cobley y Jansz (2004) que “recién en el siglo XX surgió una cabal conciencia semiótica impulsada por dos fundadores” (p.7), Charles Peirce y Ferdinand de Saussure, cuyas teorías conformarán las dos ramas más importantes de la semiótica moderna.

Las palabras semiótica y semiología pueden ser utilizadas como sinónimos. La confusión entre el uso de ambos términos surge ya que la palabra semiótica era regularmente utilizada por los pragmatistas o seguidores de las teorías de Peirce, mientras que la palabra semiología era preferida por los estructuralistas, quienes seguían la línea propuesta por Saussure.

Si bien las dos teorías tienen grandes diferencias, Zechetto (2006) considera válida la unificación de ambos términos que se estableció en La Haya cuando la disciplina se formalizó. Para efectos de este trabajo, se utilizarán ambas palabras como sinónimos para evitar el sobre uso de una misma palabra.

2.2.1 Charles Peirce

El interés de Charles Sanders Peirce (1839-1914) por el signo viene de sus inicios en el pragmatismo, en donde le da gran importancia a los hábitos y a la acción, la última realizada por medio de los signos (Beuchot, 2004). A partir de los escritos de Locke, le da el nombre *semiotics* a esta nueva disciplina, y la desarrolla mediante la definición y división minuciosa del signo.

Peirce desarrolló su teoría basándose en una separación triádica del signo, en donde intervienen un signo (el representamen), un objeto y su interpretante (Zecchetto, 2002). Gracias a esta relación entre representamen, objeto e interpretante, logra definir al signo como “algo que está en lugar de alguna otra cosa para alguien en ciertos aspectos o capacidades” (Peirce, c.p. Eco, 2000, p. 33).

De acuerdo con Everaert-Desmedt (2011), la manera de Peirce de ver la semiótica permite que todos los componentes de la misma estén integrados. Esto es: la pragmática (el área del interpretante) no puede separarse de la semántica (que corresponde al objeto) ni de la sintaxis (el campo del representamen (<http://bit.ly/2xXJp6l>)).

Además de exponer esta relación triádica, Beuchot (2004) señala que Peirce clasifica al signo de manera muy amplia. Inicialmente, lo define bajo categorías ontológicas que nombra primeridad, segundidad y terceridad. Luego, lo divide en cualisigno, sinsigno y legisigno. Posteriormente, separa este mismo signo en índice, ícono y símbolo. Por último, lo clasifica como rema o término, dicisigno o enunciado y argumento.

Adicional a esto, razona sobre la idea de una semiosis infinita, porque como dice Beuchot (2004):

En el intérprete se da una entidad con la que interpreta, es el interpretante, (...) este interpretante es un signo de ese signo que se interpretó (...) y éste puede desatar otro, y éste otro, y así sucesivamente. Lo cual nos habla de una interpretación sin fin (p.137).

Se observa entonces como Peirce establece las bases de una semiótica que parte de la lógica y la filosofía que va a tener sucesores como Charles Morris y Thomas A. Sebeok, quienes tratarán de desarrollar las ideas de este filósofo (Beuchot, 2004).

2.2.2 Ferdinand de Saussure

De manera casi simultánea a Peirce, Ferdinand de Saussure (1857-1913) desarrolló su teoría semiológica. Gracias al curso de lingüística general que dictó en la Universidad de Ginebra, sus discípulos

publicaron su obra póstuma, la cual titularon igualmente Curso de Lingüística General.

En este libro se exponen las lecciones dadas por Saussure, quien se dedicó propiamente a la lingüística, pero logró plantear una ciencia del signo que llamó semiología. Va a ubicar este estudio en el marco de la psicología social, y lo va a definir como “una ciencia que estudie la vida de los signos en el seno de la vida social” (Saussure, 1945, p.43, <http://bit.ly/28Oe9NW>).

Saussure le dio mayor importancia al signo lingüístico, sin embargo, los conceptos que brindó para entender mejor dichos signos son aplicables al signo en general. Para él, el signo lingüístico es una entidad de dos caras, una díada, compuesta por el significante y el significado (Cobley y Jansz, 2004).

Para Saussure existe una relación arbitraria entre el significado y el significante. Si bien el valor que tienen la significación es importante, el valor de los signos lo es más, pues este viene dado por las relaciones que se dan entre los elementos del sistema son los que constituyen sus articulaciones (Saussure, c.p. Beuchot, 2004).

Así mismo, Saussure (1945) aporta los conceptos de sincronía y diacronía para el estudio de la lengua. Lo sincrónico compone el estudio de la lengua de manera fija, sin tomar en cuenta su evolución. Lo diacrónico estudia la lengua y sus fenómenos a través de la historia (<http://bit.ly/28Oe9NW>).

Sumado a esto, añade dos ejes de relación que son el sintagmático (en donde los signos se relacionan por la oposición de unos con otros) y el paradigmático (los signos están relacionados por las asociaciones y las evocaciones que parten de estos) (Saussure, 1945, <http://bit.ly/28Oe9NW>).

Estos conceptos se pueden aplicar a la semiología, como ejemplifica Beuchot (2004), en lo sincrónico se puede estudiar cualquier sistema de signos, sin tomar en cuenta el tiempo, mientras que en lo diacrónico se ve

implicada la temporalidad y la historia de dichos signos, como se trata en el presente trabajo de investigación.

Si bien Saussure durante su vida se caracterizó como un lingüista, sus pensamientos e ideas son fácilmente trasladables a la semiología. Por ende, a partir de sus conceptos, se desarrolla la rama semiológica conocida como estructuralismo, de la cual Roland Barthes fue uno de sus más conocidos exponentes.

2.3 El Signo

Se entiende, gracias a Saussure, que el signo es una dualidad, conformada por el significante y el significado. Así lo vuelve a confirmar Barthes, quien además explica que el significante compone el plano de la expresión y el significado el plano del contenido (Barthes, 1993).

A su vez, Barthes (1993) destaca que, de acuerdo con Hjelmslev, cada uno de estos planos contiene dos componentes más: la forma (que es lo que la lingüística puede describir exhaustivamente sin necesidad de usar premisas extralingüísticas) y la sustancia (que, contrario a la forma, son aquellos aspectos lingüísticos que no pueden ser descritos sin recurrir a premisas extralingüísticas).

A continuación se presentan las definiciones de significante y significado que Barthes presenta en su obra Elementos de Semiología, escrita en 1964. Es necesario comprender estos conceptos desde el punto de vista de Barthes para luego poder entender su propia teoría semiótica.

2.3.1 Significado

Ratifica Barthes (1993) el acuerdo que existe en definir al significado como “la representación psíquica de la cosa” (p.42). Remitiéndose a Saussure, Barthes menciona que este capturó la naturaleza mental del significado al definirlo como el concepto.

Sin embargo, considera Barthes (1993) que fueron los estóicos quienes mejor definieron lo que era el significado cuando ofrecían el concepto de

lektón. Esto se refería a lo “decible”, es decir, ese algo que el usuario del signo entendía y mentalizaba como él.

Esto se debe a que el significado, a diferencia del significante, no es un mediador y puede definirse únicamente dentro del proceso de significación (Barthes, 1993). Lo que esto quiere decir es que el significado es la manera en cómo los signos se remiten a ellos mismos en la mente de quien los está usando.

2.3.2 Significante

Saussure (1945) define al significante en el signo lingüístico como la imagen acústica de la palabra (<http://bit.ly/28Oe9NW>). Sin embargo, por ser un lingüista, Saussure le atribuyó a este significante una naturaleza auditiva.

Pero Barthes (1993), a pesar de coincidir con Saussure en la definición del significante, añade que para efectos de la semiología, el significante es un mediador al cual le es necesaria la materia para poder existir.

Esto quiere decir que la sustancia del significante viene siendo siempre material, y generalmente se trata de objetos, imágenes o sonidos (Barthes, 1993). El significante podría definirse entonces como el material sensorial del signo que el humano percibe.

2.4 Roland Barthes

Considerado uno de los estructuralistas más destacados, Roland Barthes nació en Cherburgo, Francia en 1915. Estudió letras en La Sorbona en París, fue profesor en distintos liceos y universidades y llegó a ser miembro del *Collège de France*. Sin embargo, el gran logro de Barthes fue hacer realidad el sueño de Saussure: una semiología que estudiara el signo en general y no solo el lingüístico (Beuchot, 2004).

A lo largo de su vida, Barthes estudió directamente las prácticas culturales, comparándolas con imágenes que eran capaces de ser leídas e interpretadas y desarrolló su teoría semiológica basándose en los escritos de Saussure, Hjelmslev y Jakobson (Trifonas, 2004).

Entre los años 1954 y 1956, escribió para la revista *Les Lettres Nouvelles* lo que llamó la mitología del mes. En estos ensayos, Barthes analizó distintos signos que estaban presentes en la cultura de masas. Es relevante destacar que entre los temas tratados en la mitología del mes Barthes toca algunas veces el tema del vestuario y la moda, aunque no profundiza en este.

2.4.1 Mitologías

Todos los artículos escritos para aquella revista francesa Barthes los condensó en su libro *Mitologías*, que publicó en 1957. Copley y Jansz (2004), expresan que “en cada ensayo, Barthes toma un fenómeno de la vida cotidiana que parece pasar desapercibido y se dedica a deconstruirlo, a demostrar cómo las connotaciones “obvias” que conlleva han sido por lo general cuidadosamente construidas” (p.44).

En las palabras del mismo Barthes (1999), lo que le llevó a redactar las mitologías fue la presencia de un

(...) sentimiento de impaciencia ante lo "natural" con que la prensa, el arte, el sentido común, encubren permanentemente una realidad que no por ser la que vivimos deja de ser absolutamente histórica: en una palabra, sufría al ver confundidas constantemente naturaleza e historia en el relato de nuestra actualidad y quería poner de manifiesto el abuso ideológico que, en mi sentir, se encuentra oculto en la exposición decorativa de lo evidente - por - sí - mismo. (p.6)

Dentro de este grupo de escritos, los más conocidos analizan sobre el *catch* y sobre los romanos en el cine. En el mundo del *catch*, reflexiona Barthes (1999) sobre lo actuado de un espectáculo considerado un deporte. En los romanos en el cine, desarrolla la idea de la romanidad a partir del flequillo que llevaban los actores en la película *Julio César* de Joseph L. Mankiewicz.

En el artículo *El Crucero Del Batory*, en donde argumenta cómo la prensa francesa elabora mitos para poder asimilar la realidad de la Rusia comunista, menciona Barthes (1999) un mito que se crea alrededor del vestuario, sosteniendo que comúnmente se le atribuye a las francesas una elegancia inigualable, “como si todas (...) vistiesen en Dior o

Balenciaga; y se muestra a las jóvenes soviéticas como enloquecidas ante la moda francesa” (p. 74).

Se evidencia en este fragmento cómo incluso en sus primeros escritos ya Barthes reflexionaba sobre la ropa y el contenido simbólico que esta pudiera cargar. Más adelante su interés por la moda se profundizará, y escribirá el libro *El Sistema de la Moda* (1967), en donde reflexiona sobre la moda, prestando especial atención a la moda escrita.

Si bien las mitologías de Barthes permitieron que se hablara de semiótica en ambientes como el cine y los programas nocturnos, Copley y Jansz (2004) atribuyen a Barthes más que el hecho de popularizar el análisis simbólico de objetos comunes. Consideran que Barthes logró demostrar el profundo y detallado análisis que era capaz de lograr la semiología.

Y, aunque en mitologías se evidencia por parte de Barthes una inicial aproximación al análisis de la cotidianidad, es en su ensayo *Retórica de la Imagen* (1964) en donde va a desarrollar con mayor detalle su teoría semiótica, la misma que permitirá el análisis de la presente investigación.

2.4.2 Retórica de la imagen

El ensayo inicia con Barthes cuestionando las afirmaciones de aquellos lingüistas que aseguran que una imagen no puede contener la misma cantidad de sentido que posee el lenguaje escrito.

El semiólogo refuta esta idea, pues considera que, en efecto, una imagen sí puede estar cargada de un significado que no necesariamente viene dado por lo escrito. Propone demostrarlo a su vez analizando una pieza publicitaria, pues sugiere que en la publicidad, la significación de las imágenes siempre es intencional (Barthes, 1977).

Selecciona entonces una publicidad impresa de la marca de pasta Panzani: una fotografía que mostraba en ella ingredientes para la preparación de una pasta, como tomates y hongos, además de una red de pesca y el producto promocionado.



Figura 1. Anuncio de pasta Panzani.
Fuente: Retórica de la imagen (1964) por Roland Barthes

A primera vista, la imagen no parece tener elementos inusuales. Consiste en una serie de productos que acompañan al protagonista de la publicidad, el producto estrella, la pasta. Sin embargo, este tipo de cotidianidades le sirvieron a Barthes como una base sobre la cual construyó su teoría semiótica.

Basado en este anuncio, propuso una matriz de análisis que va a servir de instrumento para el estudio simbólico de objetos cotidianos.

2.4.3 Los tres mensajes

Mediante una observación cautelosa de la pieza, Barthes (1977) determina que en el aviso hay tres mensajes que develan signos que están contenidos detrás de esta pieza publicitaria: un mensaje lingüístico, un mensaje icónico no codificado y un mensaje icónico codificado.

2.4.3.1 Mensaje lingüístico

El mensaje lingüístico está compuesto por palabras. La palabra en su sentido literal permite al lector responder la pregunta más básica: ¿qué es?.

En el caso de la publicidad de Panzani, el mensaje lingüístico era el texto que aparecía en el aviso. Para Barthes (1977) este mensaje cumple dos funciones con respecto al mensaje icónico, la función de anclaje y la función de relevo.

El mensaje lingüístico en la función de anclaje ayuda al lector a ubicarse dentro de los significados de la imagen, causando que evite algunos y reciba otros, al mismo tiempo que lo dirige prácticamente a uno escogido para él (Barthes, 1977). Es decir, en estos casos, el texto hace ancla en la interpretación que el creador quiere que se tenga.

Por otro lado, la función de relevo no es tan comúnmente usada. En este caso, el texto sirve principalmente para contar la historia de la imagen que se está viendo (Barthes, 1977). Es más común encontrar dicha función en el cine que en las imágenes fijas. Sin embargo, las caricaturas e historietas son un buen ejemplo de imágenes fijas con un mensaje lingüístico en función de relevo.

2.4.3.2 Mensaje icónico no codificado

El mensaje icónico no codificado se refiere a la denotación, es aquello que literalmente posee la imagen. Se hace un "...reconocimiento de objetos identificables en la fotografía, independientemente del código más amplio de la sociedad" (Cobley y Jansz, 2004, p.49).

Este mensaje nunca va a poseer características sustanciales, solamente las relacionales. Si bien Barthes (1977) sugiere que es complicado hacer la abstracción de un sentido connotativo de una imagen, al hacer el ejercicio mental de olvidarse de esos elementos el lector solo podría entonces definir colores, líneas y formas.

2.4.3.3 Mensaje icónico codificado

El mensaje icónico codificado va a estar definido por la connotación. En este, la imagen va a contener lo que podría considerarse una especie de arquitectura que provendrá de léxicos.

Un léxico es definido por Barthes (1964) como una especie de diferentes lecturas de una misma imagen. Un mismo individuo posee una pluralidad de léxicos que le permiten dar sentido a lo que está observando.

El proceso de identificación de signos siempre va a comenzar por la connotación, Barthes lo aclara así porque afirmaba que esto era un proceso que se le daba al humano de forma natural e inmediata (Cobley y Jansz, 2004). El mensaje denotativo solo puede hallarse mediante la eliminación de lo connotativo.

Es relevante destacar que Barthes también expone la función clave que tiene el lector para la determinación de los signos. Según Cobley y Jansz (2004) “la connotación, pese a ser una característica del signo, necesita de la actividad de un lector para tener lugar” (p.51).

Entonces, no solo es la importancia del lector crucial en el entendimiento del mensaje codificado, porque ya se conoce que este lector puede tener distintas ideas de connotación sobre la misma imagen, Barthes (1977) además resalta como la cultura, las emociones y las relaciones sociales que rodean a este individuo le permite realizar la connotación de una manera tan involuntaria que se siente casi como natural.

A partir de estas ideas, Barthes desarrolla su matriz de análisis, la cual fungirá como herramienta de análisis para el presente trabajo. En ella incluye los tres mensajes desarrollados anteriormente. Sin embargo, para efectos de esta investigación, se analizarán prendas de vestir, por lo que el mensaje lingüístico es prácticamente nulo.

2.5 Moda y semiología

Son variadas las opiniones semióticas sobre la moda. Puesto que el término moda se puede prestar a la confusión, porque no solo existe la moda de vestuario, cabe destacar que en este apartado se hablará específicamente de la moda como ropa.

Considera Galaz (2010) que en la moda, el signo lingüístico que proponía Saussure es reemplazado por la asociación de la imagen (significante) y del concepto o idea del vestido (significado). Esto quiere decir que mientras que el lenguaje comunica, el valor estético de la moda se encuentra en su capacidad de simular un mensaje (<http://bit.ly/2uVVMhs>).

Entre los semióticos que se más se interesaron por la moda destacan principalmente Roland Barthes, Umberto Eco y Jean Baudrillard. Estos incluso llegaron a plasmar sus ideas en diferentes obras.

Aunque una de las principales funciones de la ropa es básicamente cubrir al cuerpo, Eco (2000) argumenta que esta función no llega a superar ni el cincuenta por ciento del total de razones por las cuales el ser humano se viste.

Esto es evidente cuando Eco (2000) presenta el siguiente ejemplo:

La pelliza que se ponía nuestro hombre primitivo [era] por razones exquisitamente funcionales. Tenía frío y se cubría, es indudable. Pero igualmente indudable es que, al cabo de pocos años de la invención de la primera pelliza, debió surgir la distinción entre los cazadores valientes provistos de pelliza conquistada con esfuerzo y los otros, los incapaces, desprovistos de pelliza. (p.154)

De esta manera se revela cómo incluso los más distantes antepasados del hombre utilizaron el vestido para significar y comunicar. Eco (2000) recalca que la ropa, al apoyarse en códigos y convenciones, puede emitir de alguna forma un mensaje. Estos códigos pueden llegar a ser completamente libres o estar en el extremo de la rigurosidad en donde no se permita ninguna intervención.

Baudrillard estudió también la moda desde la perspectiva de los signos. Destaca Erner (2010) que para Baudrillard el hombre en occidente estaba acostumbrado a darle a los objetos una especie de poder mágico. Este

poder mágico podría definirse como el efecto que tiene el consumo de ese objeto como un signo, que bien puede afiliar o diferenciar al humano de un grupo.

Sin embargo, es Barthes el pionero en el análisis semiótico de los objetos cotidianos aparentemente insignificantes, incluyendo el vestido (Erner, 2010). Y, aunque en mitologías no profundiza en análisis a prendas de ropa, obras posteriores evidenciarán un interés por parte de Barthes en la moda que desembocará en la escritura de su libro *El Sistema de la Moda*, publicado en 1967.

2.5.1 Barthes y la moda

En *Elementos de Semiología*, Barthes (1993) brinda por primera vez su perspectiva semiológica sobre el vestido. En la ropa encuentra tres sistemas distintos: el de la ropa escrita (descrita), la ropa fotografiada y la ropa usada o real. Estas primeras ideas se asocian con lo que escribe en *El Sistema de la Moda*, sin embargo, solo brinda pequeñas definiciones de estos tres sistemas.

Expone Beuchot (2004) que Barthes escribe *El Sistema de la Moda* para buscar esas convenciones que le daban significado a los objetos cotidianos. Al ser la ropa uno de los elementos de uso más frecuente entre las personas, Barthes se dedica a estudiarla.

Lo denomina un sistema porque es precisamente el sistema el que va a brindar las coordenadas para ubicar la significación, una especie de mapa para encontrar los significados (Beuchot, 2004). En esta obra presenta la idea de una gramática y una semántica asociada a la forma de vestir.

Una vez que publica esta obra referente a la moda, Barthes (1978) propone formalmente la existencia de tres tipos de vestido: el vestido-imagen, el vestido escrito y el vestido real.

El vestido-imagen es lo que llamó en *Elementos de Semiología* la ropa fotografiada, mientras que el sistema de la ropa escrita ahora lo denomina vestido escrito. Contrapone estos dos sistemas para revelar como ambos, aunque provienen de otros sistemas (el de la imagen y el de la lengua),

forman uno nuevo y original por sí mismos gracias a las reglas que derivan de ellos.

Estos dos vestidos anteriores son equivalentes al vestido real, el vestido usado. Barthes (1978) utiliza el término equivalente porque, aunque se piense que se trata del mismo vestido, cada uno de ellos compone una estructura distinta, que utiliza materiales diferentes.

Para efectos del presente trabajo escrito, se hará uso del sistema Barthes llama el vestido-imagen ya que, aunque lo que se analiza es el vestuario, se estará haciendo a través de una fotografía. Para este sistema, Barthes (1978) indica que los materiales que componen al vestido imagen son: la forma, la línea, la superficie, los colores.

La significación de la ropa se encuentra asociada a las relaciones sociales, pues el hombre, cuando se viste, voluntaria o involuntariamente comunica. Beuchot (2004), basándose en Barthes, plantea que: "(...) hay detalles muy pequeños que hacen distinguido el atuendo, (...) cosas casi imperceptibles que lo vuelven elegante. Allí es donde el ser humano deposita sus significados (...). Y todo ello tiene que descubrirlo (...) el semiólogo que busque la inteligibilidad de su época" (p.167).

2.6 Antecedentes de la investigación

Entre los trabajos de grado de la Universidad Católica Andrés Bello que analizan simbólicamente el vestuario a través de una teoría semiótica se encuentran obras como El Vestuario como símbolo en cine caso: The Fifth Element, realizada por Lily Rojas y Leslyka Zambrano en el año 2009 o El Vestuario como vehículo de comunicación en el cine: el caso de la Naranja Mecánica, escrita en el 2014 por Adriana Victoria Humpierrez Isava.

A pesar de que ambos trabajos siguieron el proceso de selección de una teoría semiótica que luego fue aplicada a algún tipo de medio o mensaje, se hizo en el ámbito del vestuario cinematográfico.

Como el presente trabajo de grado analizará a la ropa usada en un ambiente común, específicamente aquella que estuvo a la moda en el

siglo pasado, como un emisor de mensajes, se detectaron dos trabajos más que se adaptan mejor a lo que se propone en el estudio.

El primero es el trabajo titulado *El Último grito: la moda como elemento comunicativo*, hecho en 1989 por Isabel M. Fornéz Ruiz. Este trabajo le brinda al lector una exhaustiva investigación sobre la moda como un elemento capaz de comunicar deseos, valores y actitudes sin necesidad de emplear el lenguaje verbal.

La pertinencia de esta obra con relación al trabajo de investigación presentado es elevada, pues el presente estudio se enfoca en la capacidad de la ropa, especialmente la más representativa de las épocas del siglo XX, como un agente emisor de mensajes, capaz de comunicar.

El segundo se titula *Análisis de la influencia de la moda de los 60 en la publicidad según Baudrillard* del autor Ignacio López Lezama, realizado en 2015. Esta investigación consistió en tomar cuatro grandes tendencias de moda de los años '60 y observar, mediante las teorías semiótica de Baudrillard y Barthes, si estas tendencias influían en la publicidad de la época.

Se selecciona como antecedente por analizar tendencias de moda del siglo pasado a través de dos teorías semiológicas, una de ellas la de Barthes, cosa que se desea realizar de manera similar en este estudio.

CAPÍTULO III

MARCO CONCEPTUAL

3.1 Comunicación

En su definición básica, la comunicación puede resumirse como el acto de intercambio de mensajes entre dos componentes: un emisor y un receptor. Este es un concepto válido, sin embargo, la profundidad de la comunicación contiene otros elementos además del emisor, el receptor y el mensaje.

Señala Chiavenato (2006) que esta:

Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social. La comunicación requiere un código para enviar el mensaje en forma de señal (ondas sonoras, letras impresas, símbolos) a través de determinado canal (aire, alambres, papel) a un receptor que lo descodifica e interpreta su significado. (p.110)

Además, agregan Robins y Coulter (2010) a la definición de comunicación que mediante esta se transfieren significados. Para que esta transferencia sea efectiva, los entes involucrados en el intercambio de significados deben ser capaces tanto de impartir como entender la información.

De acuerdo con Fonseca Yerena, Correa Pérez, Pineda Ramírez y Lemus Hernández (2011) que, aunque a lo largo de la historia distintos estudiosos de la comunicación han propuesto diferentes modelos, en la actualidad los más aceptados son los denominados transaccionales.

Fonseca Yerena et al. (2011) sostienen que estos modelos son los que tienen mejor enfoque sobre el intercambio y la reciprocidad en la comunicación. Un ejemplo de modelo transaccional es el siguiente:

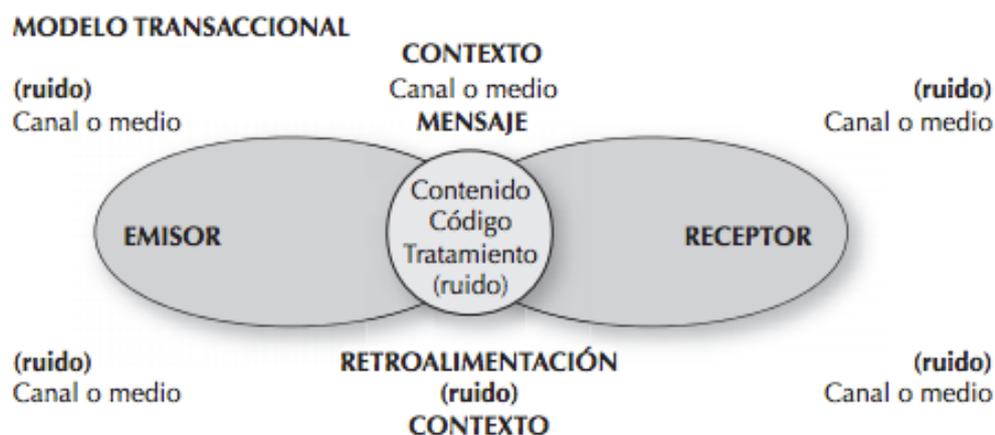


Figura 2. Modelo transaccional de la comunicación. Fuente: Comunicación oral y escrita (2011) por Fonseca Yerena et al.

Define Berlo (1969) cada uno de los componentes de la comunicación de la siguiente manera: la fuente, que origina el mensaje; el emisor, quien codifica igualmente, emite o envía el mensaje; el receptor, quien es un decodificador, y es una persona o un grupo de personas a quien va dirigido el mensaje

Además se encuentra el canal, vehículo mediante el cual viaja el mensaje; la retroalimentación, que propicia la interacción y asegura a las partes que el mensaje fue recibido y compartido; el ruido, definido como una barrera que puede presentarse en cualquiera de los momentos del proceso, provoca confusiones y puede llegar a impedir la transmisión del mensaje; y, por último, el contexto, que hace referencia al ambiente físico, situación social y estado psicológico de los individuos que conforman el proceso (Berlo, 1969).

Luego, para simplificar su estudio, la comunicación se puede llegar a clasificar por el tipo de componente que domina, como por ejemplo de acuerdo a la relación entre emisor y receptor, por el contenido del mensaje, por el contexto, entre otros (Fonseca Yerena et al., 2011).

En el presente estudio se analiza el vestuario como un vehículo de comunicación que, de acuerdo a la previamente mencionada clasificación, se da a través del medio. Destacan Fonseca Yerena et al. (2011) que la comunicación de acuerdo al medio se divide en: verbal, no verbal y

electrónica (aquella que se apoya en los recursos brindados por la tecnología.

3.1.1 Comunicación verbal

Indican Fonseca Yerena et al. (2011) que la comunicación verbal está conformada por aquella que se realiza de manera oral o escrita y destacan que:

Ambas utilizan el razonamiento verbal, pero se diferencian en cuanto el uso de habilidades por parte de las personas para la transmisión de sus ideas. La comunicación escrita es más razonada, estructurada y hasta cierto punto estática y permanente; en cambio, la comunicación oral se distingue por su dinamismo, su espontaneidad y su rapidez para expresar ideas, aunque las personas cometen muchos errores al hablar, como son las repeticiones, las frases incompletas o las fallas de pronunciación. (p.15)

Es el lenguaje el código que utilizan tanto la comunicación escrita como la oral, y esta última se refuerza en elementos no verbales como gestos, señales o símbolos para compartir de manera más efectiva las ideas (Chiavenato, 2006).

3.1.2 Comunicación no verbal

La comunicación no verbal compone aquella que no utiliza el lenguaje, sino que se apoya en lo visual, lo auditivo, lo kinésico y lo artefactual para hacer llegar el mensaje a las otras partes (Fonseca Yerena et al., 2011).

Para Davis (1976), la importancia de la comunicación no verbal está en que esta es el cimiento de construcción para las relaciones humanas, pues las palabras son apenas el comienzo de la comunicación. Aunque estas son las que se conocen mejor, ellas no representan la totalidad del proceso comunicativo.

Dice Knapp (1991) que el término no verbal se refiere a aquellos acontecimientos comunicativos entre humanos que trascienden las palabras tanto dichas como escritas. Las áreas que explora la comunicación no verbal son variadas, sin embargo, Knapp (1991) destaca siete: a) movimiento corporal o cinésica, b) características físicas, c)

comportamientos táctiles, d) paralenguaje, e) proxémica, f) artefactos, g) entorno o medio.

La ropa se encuentra dentro del área de artefactos de la comunicación no verbal. Asegura Knapp (1991) que el estudio de la comunicación verbal como parte del sistema total de la comunicación es necesario porque nos brinda una gran cantidad de información utilizada en aspectos esenciales de la vida cotidiana humana.

3.1.2.1 El vestuario como elemento de comunicación

Aunque es abundante la evidencia anecdótica de este precepto, aún son escasas las pruebas científicas que lo demuestran. Sin embargo, si se conoce que la vestimenta forma parte de los estímulos no verbales que pueden influir en la respuesta de las relaciones interpersonales (Knapp, 1991).

Para comprender mejor esta conexión entre vestido y comunicación, Knapp (1991) sugiere conocer las funciones que la ropa puede cumplir: decoración, protección (física y psicológica), atracción sexual, auto afirmación, auto negación, ocultamiento, identificación grupal y exhibición del estatus o rol. Además mediante esta se puede conocer la edad, el sexo, la nacionalidad, el estatus socioeconómico, las actitudes, los intereses, los valores, entre otros.

La semiótica ha brindado una nueva perspectiva al estudio del vestido como elemento comunicativo, ya que esta permite leer a profundidad los signos que se esconden en los atuendos. Plantea Squicciarino, c.p. Saltzman (2004) que:

Las investigaciones semiológicas parecen haber favorecido la toma de conciencia de que el vestido, en una armónica interacción con todas las demás modalidades expresivas del cuerpo que lo complementan y lo resaltan, es un fenómeno comunicativo, que se expresa mediante un lenguaje visual. (p.117)

Plantea Svedsen (2006) que aunque la ropa si es capaz de comunicar algo, esta no constituye un lenguaje por sí misma. No tiene la capacidad de articular un mensaje como lo hacen las palabras.

Quizá en el período feudal el vestuario si era capaz de comunicar un mensaje, sin embargo, en la moda posmoderna, en donde la moda se produce masivamente, la ropa no envía un mensaje tan complejo como en épocas pasadas, la ropa es el mensaje (Svedsen, 2006).

Esto quiere decir que en la actualidad, a raíz de la masificación y democratización de la moda, esta sirve más como un elemento de atención que de expresión.

Es por eso que en este estudio se analizarán prendas de ropa creadas antes de la producción en masa de grandes compañías de ropa, en donde el vestuario se adhería a un ideal, a un pensamiento o permitía de manera más evidente enviar un mensaje.

3.2 Moda

La real academia española (RAE) define la moda con distintos conceptos. El que es más adecuado para esta investigación se refiere al “gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos” (<http://bit.ly/2koBvMj>).

Sin embargo, esta definición se queda solo en la superficie de lo que verdaderamente es la moda de ropa. Para poder entenderla y manejarla como un fenómeno social se debe entender de dónde viene, sus razones y su verdadero significado.

3.2.1 ¿Qué es moda?

De acuerdo con Cumming, Cunnington y Cunnington (2010) la palabra *fashion*, que significa moda en inglés, viene del francés *façon*, que denota el proceso de creación y fabricación de una forma o estilo particular. Empezó a ser usada en la época medieval y con el tiempo, la palabra se asoció cada vez más a la ropa y los cambios constantes en el adorno personal.

Por otro lado, Fogg (2016) atribuye el origen de la palabra moda al latín *modus*, y le atribuye a este término. Asegura que esta palabra “expresa una serie de valores que incluyen ideas tan diversas como conformidad y

corrección social, rebelión y excentricidad, aspiraciones sociales y estatus, seducción y persuasión” (p.8).

Explican Kim, Fiore y Kim (2011) que cuando se conversa sobre moda, se presenta usualmente la confusión entre las palabras tendencia, estilo, diseño y moda per se.

Stone, c.p. Kim et al. (2011) define a la tendencia como una dirección general de movimiento. El uso común de una prenda la populariza, la convierte en una tendencia. La tendencia es lo que mueve a la moda y hace que esta evolucione y cambie.

Una definición generalizada de estilo lo muestra como un modo de presentación característico que tipifica varios objetos similares de la misma categoría (Sproles y Burns, 1994, c.p. Kim et al., 2011). El estilo es reconocible, pero esto no significa necesariamente que es adoptado por un gran grupo de personas, a diferencia de una tendencia.

Cuando se habla de diseño, Sproles y Burns, 1994, c.p. Kim et al. (2011) sugieren que este es una combinación única de siluetas, construcción, telas y detalles que distinguen un elemento de ropa de todos los demás objetos de la misma categoría o clases. Por ejemplo, dentro de un mismo estilo, pueden encontrarse numerosos diseños que comparten componentes similares.

Por último la moda, en este caso asociada al vestuario, se define como un estilo de consumo o una forma de comportamiento que es temporalmente adoptada por una considerable cantidad de miembros de un grupo social ya que ese estilo o conducta escogida es percibida como socialmente apropiada para ese momento (Sproles y Burns, 1994, c.p. Kim et al., 2011).

En el presente estudio de investigación se centrará la atención en la moda del siglo XX y, específicamente, a las de la sociedad occidental. Es decir, aquellas piezas que durante el siglo pasado fueron adoptadas por la mayoría de la población de América del norte y de Europa y se convirtieron en una tendencia en estas regiones.

La razón por la cual se decide enfocar el estudio hacia esta dirección es la predominancia de estos dos territorios en el desarrollo y evolución de la moda durante este siglo. Se observa que es en América del Norte y en Europa donde la moda evolucionó de manera más prominente, tal vez debido a la posición económica y política que llegaron a tener en este tiempo.

Aunque ya se conocen los términos generales que componen la moda en la actualidad, el estudio de la moda a través de su historia permite a la sociedad conocer además la manera en que se dieron estos cambios en las tendencias y estilos, los orígenes de lo que actualmente es una tendencia y la razón de ser de muchas maneras de vestir que quizá hoy día rayen en lo extravagante.

3.2.2 La importancia de estudiar su historia

Para el ser humano, el estudio de su propia historia le ayuda dar un sentido a su vida. Más que aprender de los errores de civilizaciones pasadas, la historia le permite al hombre tener conciencia plena del mundo en el que vive, tener una perspectiva más global de este y estar mejor informado.

Es erróneo pensar que la historia de la moda pudiera explicar las complejidades de la historia en general. Sin embargo, puede dar una idea de las reacciones del ser humano ante un mundo cambiante (Godfrey, 2013).

La historia de la moda femenina forma parte también de la historia de la mujer. Asegura Saltzman (2004) que el vestido es un reflejo de las condiciones de la vida humana y este actúa sobre su ser, hacer y parecer en el contexto de la sociedad. Brinda un ejemplo que ilustra perfectamente la idea:

No es lo mismo vivir atrapada en un corsé y un enorme polisón, con muchos metros de género alrededor del cuerpo, que andar con *jeans* y zapatillas o con vestido adherente y tacos aguja. Así, el vestido conforma hábitos y costumbres que se consolidan en normas vestimentarias típicas d una determinada cultura o grupo. (p.116)

Visto desde la perspectiva del presente, parece no ser importante un cambio en la manera de vestir cotidiana de las personas. Es costumbre que cada temporada varíen las siluetas, las formas y los colores que más se usan. Sin embargo, la razón por la cual en la actualidad esto no es alarmante es porque, en determinado momento del pasado, alguien se atrevió a intentar normalizar una idea que, muchas veces, no era aceptada fácilmente.

Es ahí donde se encuentra el valor de la historia de la moda: conocer cómo se dieron estos cambios lleva al humano a un mejor entendimiento de sí mismo y de por qué se viste. Saber además de dónde proviene la prenda usada le agrega valor a la misma y permite apreciar su belleza más allá de lo estético.

CAPÍTULO IV

MARCO REFERENCIAL

4.1 La moda en el siglo XX

Durante la historia, la moda estuvo siempre dictada por las clases sociales más altas. Sin embargo, esto cambió en el siglo XX, en donde, luego de la revolución industrial de los siglos pasados, poco a poco los procesos de fabricación de la ropa cambiaron, así como el papel desempeñado por la mujer en la vida cotidiana.

Explica Godfrey (2013) que la moda normalmente se asocia a un cambio en el ambiente social. Un siglo que vivió dos guerras mundiales, la gran depresión americana, la emancipación femenina, el movimiento de los derechos civiles, la llegada el hombre a la luna, entre otros sucesos, y que finalizó con el nacimiento de internet, evidentemente brindó a la humanidad una serie de cambios sociales que afectaron inevitablemente a la manera de vestir.

El inicio del siglo XX se caracterizó por la búsqueda de siluetas más simples. Aunque todavía se esperaba que la mujer de clase alta cambiara de atuendo varias veces al día y siguiera usando usando corsé para dar cierta forma al cuerpo, el cambio de una silueta de reloj de arena a una más tubular permitió una transición a vestidos más simples, no tan decorados en comparación con épocas pasadas (Smithsonian, 2012).



Figura 3. *The end of dinner* (1913) de Jules-Alexandre Grün. Muestra una reunión social típica de la *Belle Époque*. Fuente: Moda: Toda la historia (2016) por Fogg

Describen Baxter-Wright, Clarkson, Kennedy y Mulvey (2006) que a medida que el modernismo se abrió paso, los valores victorianos, así como el corsé, fueron quedando en el pasado. En 1909 una nueva silueta linear se convirtió en tendencia, retando a las normas sociales de la época.

Además, nuevas ideas progresistas en el arte, el cine, la psicología y la moda en este período permitieron que esta última se viera influenciada por elementos étnicos y exóticos orientales (Baxter-Wright et al. 2006).

Paul Poiret fue uno de los mayores exponentes de lo que se denominó el orientalismo, especialmente con la túnica *lamp shade*. Sus faldas y vestidos *hobble*, más sueltos, con el ruedo más alto de lo convencional y usados sin necesidad de llevar corsé, le daban una libertad sin precedentes a la mujer, quien llevaba desde el renacimiento colocándolo en el cuerpo (Smithsonian, 2012).



Figura 4. Vestido *Hobble* de Paul Poiret.
Fuente: Vintage Fashion Sourcebook (2006)
por Baxter-Wright et al.

Durante la Primera Guerra Mundial la silueta en la moda femenina se asimiló a la de los uniformes utilizados por los soldados. Esto en parte se debió a la ausencia del hombre en el área de trabajo, lo que obligó a las mujeres a ir a las fábricas a hacerlo. Se observa durante esta época vestidos menos restrictivos y decorados (Smithsonian, 2012).

Luego de la guerra, las mujeres percibieron un sentimiento de liberación que llevó a la moda a tener un cambio radical. Desde 1918 en adelante, la moda femenina evidenciará más que nunca la situación social de la mujer y ya no estará influenciada por las clases sociales más altas, sino por lo que se consume en los medios de comunicación.

4.2 1920

Los años '20 destacan particularmente en la historia de la moda porque durante esta época, en donde reinaba una aparente paz luego de la Primera Guerra Mundial, las mujeres se expresaron mayoritariamente a través del vestido y es aquí donde verdaderamente inicia una liberación femenina con respecto al vestido.

Se le conoce a este período en el tiempo como los *Roaring Twenties* o los locos años veinte, y durante ese momento, muchas de las actitudes estrictas que reinaban a principios de siglo, así como las faldas largas y los corsé apretados, fueron barridos por la guerra (Smithsonian, 2012).

Afirman Baxter-Wright et al. (2006) que en los años '20, como la era de los medios estaba iniciando, las mujeres dejaron de imitar las apariencias de las mujeres de clases más elevadas, y ahora se guiaban por lo que usaban las grandes actrices de cine y lo que leían en las revistas de moda.

La creciente popularidad de deportes como el tenis promovieron looks más simples. Además, grandes jugadoras del deporte comenzaron a utilizar atuendos que exponían sus brazos y pantorrillas, los que causó cierto revuelo pero también logró promover una ola de imitación por parte

de las mujeres. Este movimiento se denominó *pour le sport* (para el deporte) (Godfrey, 2013).

4.2.1 La era del jazz

La diseñadora francesa Jean Patou argumentó en aquella época que el gusto por el baile fue lo que determinó la silueta de los vestidos nocturnos de los años '20 (Smithsonian, 2012). Las mujeres iban a los clubs y bailaban el *Charleston* o escuchaban jazz, fumaban, se maquillaban en público, algo que años antes habría sido escandaloso (Baxter-Wright et al., 2006)

A aquellas mujeres arriesgadas se les denominó las *flappers*, y estas apuntaban a un estilo de cuerpo masculino, sin curvas, el cabello muy corto (el reconocido corte *bob*). Los vestidos que llevaban no tenían mangas, eran anchos, la línea de la cintura no estaba definida y el largo de la falda era alarmante para aquel entonces: 38 cm. por debajo de la rodilla. Los brazos y las piernas se empezaron a ver como zonas erógenas de la mujer (Baxter-Wright et al. 2006).



Figura 5. Louise Brooks. Estrella del cine mudo considerada el ideal de las *Flapper*. Fuente: Vintage Fashion (2013) por Godfrey

4.2.2 Prendas de punto y jersey

Aunque hubo mujeres que adoptaron también el uso de vestidos estilo *flapper* para el día, la tendencia más conocida para el uso diario eran conjuntos compuestos de tres piezas: blusas, con suéteres tejidos encima y faldas como prenda inferior (Baxter-Wright, 2006).

Este atuendo igualmente poseía las características masculinas de los vestidos de las *flapper*: cintura inexistente, ropa holgada. Además, se vio por primera vez el uso del jersey, una tela usada comúnmente para prendas interiores de hombres, en ropa destinada al exterior. Este estilo se denominó el *pauvreté-de-luxe look* y fue revelado por primera vez en la colección *Le Garçonne*, de la diseñadora francesa Gabrielle Chanel (Godfrey, 2013).

4.2.3 Coco Chanel

Las contribuciones de Gabrielle “Coco” Chanel a la moda son numerosas. Resalta English (2009) que Chanel le dio a la ropa femenina un sentido de masculinidad por primera vez. Promovió un *look* casual y emancipó los vestidos de mujer a través del confort y la practicidad. Sus colores predilectos eran el negro, el azul marino, el gris y el beige.

Chanel supo desarrollar un look astutamente simple, que repicaba con el funcionalismo sobrio que tenía la ropa que se usó durante la guerra. Luego del conflicto bélico, aprovechó el espíritu de liberación que presentaban las mujeres y ofreció entonces ropa menos ceñida que era más cómoda y más fácil de usar para la nueva mujer (Smithsonian, 2012)

Utilizó telas poco convencionales que se convirtieron en un sello de su marca, como los tejidos de lana, el *chiffon* y el jersey. También se caracterizó por el uso excesivo de joyería en sus *looks*. Pero su creación más icónica es el *Little Black Dress* o el vestido negro, una pieza que se convertirá en un clásico (Godfrey, 2013)



Figura 6. Vestidito negro de Chanel.
Fuente: Fashion: The definitive history of costume and style (2012) por Smithsonian

4.3 1930

El colapso de la bolsa de valores en el año 1929 puso un fin súbito al desenfreno que se vivía en los años '20. El evento que le dio inicio a La Gran Depresión ocasionó que los ruedos bajaran y las cinturas volvieran incluso a un alto un poco más arriba de lo convencional. (Smithsonian, 2012).

La austeridad causada por la caída de Wall Street también desembocó en una abstinencia por parte de las mujeres a comprar ropa. Describe Godfrey (2013) cómo esto dio paso a un nuevo estilo de consumo en donde las mujeres compraban los patrones y cosían sus propias prendas en casa.

Para favorecer aún más esta tendencia, la invención del cierre ligero, fabricado con nylon, tuvo lugar en 1935 y se popularizó gracias al uso que Elsa Schiaparelli le dio en sus diseños. Las mujeres tenían entonces una herramienta más efectiva que reemplazaba a los botones y otros métodos de cerrado de la ropa (Godfrey, 2013).

En contraste con la austeridad y el conservacionismo, los años '30 se caracterizan por ser la era del glamour hollywoodense. Mientras la mayoría de los diseñadores tuvieron que trabajar con materiales menos exclusivos para abaratar los costos de sus piezas, diseñadores de Hollywood, como Adrian (director de vestuario de Metro-Goldwyn-Mayer (MGM)), crearon vestidos excesivamente glamorosos para actrices como Joan Crawford o Marlene Dietrich (Baxter-Wright et al., 2006).

En el último año de esta década se desata la Segunda Guerra Mundial, y los efectos que tuvo en la ropa y en la moda fueron evidentes. Un racionamiento en el vestuario para evitar el derroche de materiales llevó a prendas más sencillas, sin decoraciones a ser usadas masivamente, creando así la silueta de guerra (Smithsonian, 2012).

4.3.1 Moda en austeridad

La situación económica que se vivió en 1930 llevó a la mujer poco precavida de los años '20 a tomarse la vida más en serio. La silueta del vestuario de la época era larga y delgada, enfatizada por ruedos muy por debajo de la rodilla y costuras verticales. Los ángulos puntiagudos, grandes lazos en el cuello, cinturones y puños de camisa con piel eran algunas de las decoraciones utilizadas para darle un acabado característico a la prenda (Smithsonian, 2012).

4.3.2 Glamour de Hollywood

La época dorada del cine de los años '30 sirvió de escape para un país afectado por la Depresión. Revela Fogg (2016) que “previamente, París había dictado las tendencias de la alta costura, pero ahora Hollywood desempeñaba un importante papel al llevar la alta costura francesa al gran público e influenciar sus gustos” (p.270).

El resultado de esto fue una llegada de copias fabricadas en serie al mercado estadounidense. Sin embargo, las prendas no eran tan exageradas que las mostradas en las pantallas y las telas menos lujosas.

Por ejemplo, los vestidos cortados al bias se hacían en rayón, una tela nueva que sustituía efectivamente a la seda (Fogg, 2016).

Del glamour hollywoodense resaltan los vestidos cortados al bias (mencionados anteriormente), el cuello *halter*, la espalda descubierta, hombros anchos, excesivos adornos (Baxter-Wright et al., 2006).



Figura 7. Jean Harlow en *The Blonde Bombshell*. Vestido de seda cortado al bias. Fuente: Vintage Fashion (2013) por Godfrey

4.3.3 Vestimenta para el día

Mencionan Baxter-Wright et al. (2006) que hasta 1930, la ropa para el día había sido utilizada generalmente para un fin más decorativo que práctico. Pero ahora, en esta nueva década, las mujeres de todos los estratos sociales estaban empezando a llevar vidas más ocupadas y productivas, por lo que la vestimenta tuvo que convertirse en una más fácil de llevar y menos restrictiva.

Aunque se trataba de tiempos difíciles, la ropa elegante seguía siendo importante. Las mujeres debieron buscar la manera de mejorar su armario sin necesidad de cambiarlo. Por eso, el uso de joyería de fantasía como broches, collares y aretes se popularizó, así como el uso de guantes de cuero o sombreros ligeramente inclinados. El turbante se convirtió en ese

entonces uno de los accesorios más glamorosos para llevar (Baxter-Wright et al., 2006).

Con el progreso de esta década, Baxter-Wright et al. (2006) señalan que la función del vestuario tomó una posición más importante. Comenzó un uso más frecuente de pantalones, camisas clásicas y zapatos planos. Esto no quiere decir que la moda perdió su feminidad, de hecho, los diseñadores compensaron esto introduciendo nuevamente una silueta sutil del reloj de arena, la cintura era nuevamente ceñida al cuerpo y los cuellos de las blusas eran decorados con flecos o grandes lazos.

4.3.4 Elsa Schiaparelli

Nacida en Roma, Italia, y reconocida por ser la rival de Coco Chanel, Elsa Schiaparelli supo aliar la moda con el arte y la cultura popular, para introducir así una ligereza nunca antes vista en la alta moda (English, 2009).

Comenzó diseñando prendas de punto que demostraron desde temprano su determinación con inyectar un poco de humor en la moda. Al igual que los surrealistas, buscó introducir la tela y otros elementos en contextos inesperados. En sus prendas buscaba siempre agregar algo artístico, como por ejemplo, colocar botones en forma de animales o crear un sombrero en forma de zapato. Su excentricidad cautivó tanto dentro como fuera de las pantallas, y se convirtió en la principal exponente de las grandes hombreras que marcaron el estilo de la época (Smithsonian 2012).

Se le atribuye a Schiaparelli un gran esfuerzo por tratar de unificar o crear un vínculo entre la moda y las artes finas. A raíz de su trabajo, la moda como arte es un tema que se ha tratado desde entonces (English, 2009).

Después de la Segunda Guerra Mundial, la tendencia en moda pasó a ser extremadamente femenina, a lo cual Schiaparelli no pudo adaptarse. Sin embargo, su trabajo marcó un estilo sin precedentes en los años '30 y

por eso, marcas actuales como Moschino o Jean Paul Gaultier siguen inspirándose en esta diseñadora (Smithsonian, 2012).

4.4 1940

Inicia una década en guerra, en donde la moda se va a ver fuertemente afectada. Nunca se va a evidenciar tanto cómo las tendencias sociales dictaminan la moda como en los '40. La escasez de productos transformó completamente la vida de los civiles (Baxter-Wright et al. 2006).

Durante el período de guerra fue impuesto un racionamiento por parte del gobierno británico que limitaba el uso de cierto materiales en la confección de ropa. Además, casi medio millón de mujeres británicas sirvieron en las fuerzas armadas (Smithsonian, 2012).

Todo esto resultó en la adopción de una silueta que era muy conservadora, altamente influenciada por los uniformes militares. La confección de estas prendas era estupenda ya que las mismas debían durar varias temporadas (Baxter-Wright, 2006).

En 1940 París era la capital de la moda en ese entonces, sin embargo, afirma Godfrey (2013) que con la ocupación alemana, la moda norteamericana va a surgir, dándole paso al *ready to wear* americano, y Nueva York se va a volver el centro internacional de la moda.

Aunque la guerra llegó a su fin en 1945, el daño causado por esta no permitió que la moda se recuperara sino hasta el fin de la década, en donde Christian Dior va a exponer su *New Look* que tendrá un gran impacto en la moda de los años venideros.

4.4.1 Moda racionada

El decreto impuesto en Gran Bretaña estipulaba que el uso de materiales como la seda, la lana, el nylon o elementos como los plisados y los botones debía ser eliminado o racionado a favor de los esfuerzos de guerra. La ropa marcada como CC41 (*Controlled Commodity* 1941) debía adherirse a estos estándares y la misma tenía un precio controlado (Smithsonian, 2012).

En mayo de 1942 miembros de la Sociedad Incorporada de Diseñadores de Moda de Londres participaron y contribuyeron con diseños que persuadieran a las mujeres para considerar que la austeridad también podía ser chic (Smithsonian, 2012). Como se menciona anteriormente, la confección de las prendas era buena gracias a que debían tener una duración extensa y una resistencia alta. (Baxter-Wright, 2006).

Comenta Fogg (2016) que:

El traje de guerra estaba compuesto por una chaqueta recta bien cortada y entallada en la cintura que quedaba un poco por encima de la cadera y se abrochaba hasta el cuello. La falda era un poco acampanada y lo bastante corta como para poder ir en bicicleta (...). Cualquier tipo de adorno, pespuntos decorativos o pliegues estaban prohibidos. (p.283)

Atuendos que tenían bolsillos limitados, una cantidad de botones específica establecida, el ruedo de la falda a la altura de la rodilla, combinados con una chaqueta de hombros cuadrados era la norma. Además, Godfrey (2013) asegura que se incitaba a las mujeres a confeccionar y reparar su propia ropa. Sin embargo, el deseo de las mujeres por arreglar, incluso en época de guerra, llevó a una tendencia de pintarse una raya negra vertical en la parte trasera de las piernas para simular que llevaban medias, ya que estas no se conseguían por el racionamiento al nylon.

4.4.2 *Ready to wear americano*

La moda norteamericana surge durante los años '40 porque como afirma Fogg (2016) “en Estados Unidos, la guerra ofreció la oportunidad de formalizar la ya floreciente industria de las prendas de confección, como la ropa deportiva” (p.282).

A raíz de la invasión a París en junio de 1940, los diseñadores norteamericanos, que venían desarrollando su estética de fácil uso desde hace una década, estaban en auge y sus atuendos, caracterizados por la practicidad y facilidad de cuidado, fueron promovidos como símbolo de los

valores americanos tales como la democracia el espíritu pionero y un pragmático enfoque hacia la vida (Smithsonian, 2012).

Una de las mayores exponentes americanas de la ropa lista para llevar fue Claire McCardell, quien supo diseñar prendas que se adaptaban al estilo de vida de la mujer en aquel entonces, las cuales presentaban una versatilidad adaptada a las restricciones de la guerra y que eran hechas con telas humildes que, gracias a McCardell, fueron elevadas al estatus de alta costura (Fogg, 2016).

4.4.3 Christian Dior

En el año 1947, dos años después de terminada la guerra, explica English (2009) que el diseñador francés de alta costura Christian Dior introduce el *New Look*, una nueva silueta extremadamente femenina que caló muy bien con el humor de la postguerra que padecía el mundo.

La silueta había tenido sus inicios a finales de los años '30, no obstante, su desarrollo se detuvo durante los años de guerra para resurgir de nuevo en 1944 donde se empezó a ver de manera sutil. Sin embargo la colección de Dior (su primera) marcó de manera más evidente el cambio. Hombros redondeados, cintura imposiblemente pequeña (lograda mediante un corsé corto y otras prenda interiores), caderas acolchadas que favorecían esta ilusión y faldas que llegaban hasta la pantorrilla, con excesiva tela que permitía que esta se viera más llena conformaban los elementos del atuendo (Smithsonian, 2012).

Aunque la carrera de Dior fue muy corta debido a su repentina muerte, el *New Look* y el redescubrimiento de la feminidad excesiva le otorgaron fama mundial. Sostiene Fogg (2016) que la visión romántica y nostálgica que tenía la colección causó tanto revuelo en la prensa internacional que en poco tiempo le devolvió a París el título de capital de la moda en el mundo.

La trascendencia que tuvo este nuevo estilo le permitió una prolongada presencia en la moda. Desde finales de los años '40 hasta mediados de los 50 el *New Look* de Dior fue el vestido predilecto.



Figura 8. *New Look* por Richard Avedon. Fuente: Moda: Toda la historia (2016) por Fogg

4.5 1950

Mientras que la mayoría de los países tuvieron un largo período de recuperación luego de la Segunda Guerra Mundial, la industria de la moda en Francia se recuperó rápidamente, sobre todo gracias a los esfuerzos de la Cámara Sindical de la Alta Costura (CSAC), quien se aseguró de que las casas de Alta Costura en París pudieran abrir y mostrar colecciones. (Smithsonian, 2012).

Con el tiempo, las demás firmas de Alta Costura fueron retomando la creación de colecciones y esto desembocó en una época privilegiada para la Alta Costura, que vivió un apogeo de la mano de grandes actrices de Hollywood.

Durante los años '50 también se evidenció un deseo de las mujeres por vestirse femeninamente luego de la austeridad que las había obligado a llevar trajes con silueta masculinas. Comenta Fogg (2016) que:

Una tormenta perfecta de acontecimientos deificó al ama de casa de la década de 1950. Dirigidas por políticas gubernamentales, las industrias de la moda y la publicidad, destinadas tanto a ella como a su casa, florecieron y disfrutaron de veneración. Liberada de las privaciones del racionamiento

en tiempos de guerra, la ropa celebró la femineidad con una estricta adhesión a los principios de la moda. (p.326)

Pero, por otro lado, resaltan Baxter-Wright et al. (2006) que un gran grupo de mujeres se opuso a la idea de volver a una noción romántica de feminidad luego de haber vivido las tragedias de la guerra que les obligaron a abandonar la vida doméstica y trabajar en fábricas, campos, como enfermeras, etc. A pesar de la dureza, este fue un tiempo de liberación e igualdad para las mujeres, y una gran parte no estaba preparada para abandonar la noción de una mujer que trabajara.

Surge también en esta década un nuevo tipo de consumidores de moda que querían vestirse de manera completamente diferente a sus padres. Los jóvenes de los '50, creciendo con la incertidumbre de lo que podía pasar a raíz de la Guerra Fría, formaron su propia cultura. Bajo la influencia de figuras como Elvis Presley o Marlon Brando y de música como el *Rock and Roll*, a esta generación se le dio el nombre de los adolescentes y expresaron su rebeldía mediante el uso de chaquetas de cuero y *blue jeans*.



Figura 9. Marlon Brando en la película *The Wild One* (1953). Fuente: *Fashion: The definitive history of costume and design* (2012) por Smithsonian

4.5.1 Época dorada de la alta costura

Normalmente llevada por las clases más elevadas debido al altísimo costo de materiales y confección, la Alta Costura tuvo su apogeo durante los años '50 y dio a conocer a grandes diseñadores como al español Cristóbal Balenciaga, el francés Hubert de Givenchy y el inglés Charles James. Sin embargo, fue Dior el protagonista de la Alta Costura durante la mitad del siglo XX (Smithsonian, 2012).

Explica Fogg (2016) que la Alta Costura está determinada por la elaboración a mano de grandes prendas de ropa que son desarrolladas a partir de bocetos hechos sobre el cuerpo en una modelo. Las telas exclusivas eran presentadas a los diseñadores por parte de las fábricas de tejidos, así como los accesorios (hebillas, botones, etc.) por parte de quien los elaboraba de modo que todo fuera único para la pieza. Los *ateliers* de Alta Costura a partir de 1945 tuvieron que seguir determinadas regulaciones por parte de la CSAC para seguir formando parte del selecto grupo de casas de moda que creaban Alta Costura.

Actrices como Audrey Hepburn y Grace Kelly contribuyeron a la creación de un ideal de mujer elegante de los cincuenta. La silueta en alta costura también respondía al *New Look* de Dior, aunque con la excepción de hombros descubiertos y escotes rectos o en forma de corazón (Smithsonian, 2012).

A raíz de los elevados costos de los vestidos, Fogg (2016) señala que los compradores comerciales tenían prioridad en las presentaciones de colecciones ya que estos compraban las piezas para luego reproducir atuendos similares en masa y a más bajo costo, de modo que las mujeres de otras clases pudieran imitar el estilo, de forma más sencilla y adaptado a la vida diaria.

4.5.2 Las amas de casa

Postula Godfrey (2013) que después de la guerra muchas mujeres abandonaron el trabajo para regresar a casa a realizar las tareas domésticas y dedicarse a tiempo completo al hogar. Con la influencia del

New Look, las amas de casa usaban vestidos, generalmente de algodón, con faldas amplias, dando la ilusión de una cintura más pequeña. Una novedad eran los estampados, que variaron entre flores, puntos o cuadros. Además, el atuendo característico suponía que la mujer llevara una bolsa de mano, tacones de aguja y, algunas veces, guantes.

El ideal de la ama de casa perfecta era dictado por las revistas, que sugerían que la mujer siempre debía verse bien y estar arreglada en todo momento, incluso cuando hacían trabajos del hogar (Smithsonian, 2012).

Para Fogg (2016) esta sublimación de la mujer a un estándar de belleza tan elevado fue posible gracias a los publicistas de la época, quienes se percataron de que si bien eran los hombres el sostén del hogar, era la mujer la que gastaba el dinero. Aprovechando esto, la publicidad se enfocó en mostrar a mujeres vestidas impecablemente y maquilladas mientras cocinaban o limpiaban.

Este afán por el decoro y el arreglo le dieron a la década el título de *The Fashion Concious Fifties*, que en español pudiera traducirse como los '50 de la conciencia en la moda. Baxter-Wright et al. (2006) apuntan que aunque la moda de la época seguía dictando códigos de vestimenta que incomodaban físicamente a las mujeres, estas la siguieron de manera religiosa para parecer sofisticadas y lograr ser el retrato de lo que veían en revistas y televisión.

4.5.3 Cristóbal Balenciaga

Conocido por darle a la moda y a sus piezas un sentido escultórico, English (2009) explica que Cristóbal Balenciaga fue uno de los diseñadores de Alta Costura más exitosos del siglo pasado. Sus formas eran simples, pero su gran conocimiento sobre telas le proporcionó la habilidad de moldearlas de tal manera que diera como resultado una prenda sofisticada y elegante.

Durante los años '50 sus atuendos parcialmente ajustados y parcialmente sueltos revolucionaron al mundo de la moda con mezclas de telas y texturas nunca antes vistas. Además, su famoso vestido *sack*,

que no presentaba una definición clara de la cintura, es considerado el precursor de la nueva silueta que predominará durante la época de los '60. Balenciaga fue uno de los diseñadores más innovadores del siglo pasado y aunque en 1967 cerró su taller, sus diseños siguieron siendo fuente de inspiración para diseñadores actuales (Smithsonian, 2012).

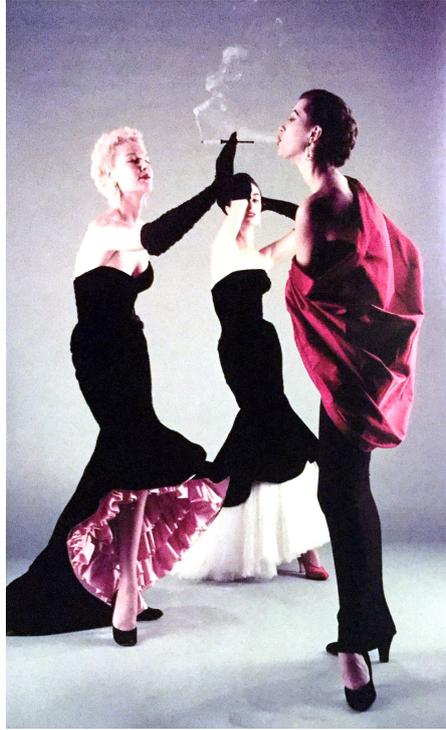


Figura 10. Vestidos de noche por Balenciaga. Fuente: Moda: Toda la historia (2016) por Fogg

Ya para finales de la década de 1950 la demanda de la alta costura comenzó a decrecer. Los jóvenes dominaban cada vez más el ámbito de la moda y dictaban la pauta de lo que debía usarse. En los primeros años de los '60 la capital mundial de la moda se trasladó de París a Londres.

4.6 1960

La década de 1960, al igual que la de 1920, sobresale entre las otras décadas del siglo XX por la manera en la cual la moda se transformó y revolucionó al mundo occidental. En estos años, la carrera espacial había iniciado y la tarea de llevar al hombre a la luna estaba en marcha. Además, el desarrollo del *Concorde* y la introducción de la televisión a

color, entre otros importantes avances tecnológicos, proporcionaron una esperanza de lo que podía ser el futuro y esto se reflejó en la manera de vestir (Smithonian, 2012).

Aparte de esto, explican Baxter-Wright et al. (2006) que la muerte de la alta costura francesa y los aires de una revolución en Londres convirtieron a esta última ciudad en el nuevo centro de la moda. Liderado por los jóvenes, en un movimiento que se conoce como *youthquake*, las etiquetas de ropa casual o formal desaparecieron, ahora las mujeres no sentían la necesidad de vestir como sus padres una vez que llegaran a la edad adulta, por el contrario, buscaron diferenciarse completamente de estos, comprando sus piezas en *boutiques* de nuevos diseñadores que les brindaban diseños con siluetas completamente nuevas.

El dominio de los jóvenes durante esta década es consecuencia de los altos índices de natalidad registrados en los años posteriores a la guerra. Ahora, estos adolescentes disfrutaban de una independencia económica y menor control por parte de sus padres y adoptaron la moda como un elemento de autoexpresión (Fogg, 2016).

Ahora, las tendencias no se encontraban dictadas por las clases sociales más altas, sino que la mirada migró hacia la calle y lo que vestían estos adolescentes, quienes se convirtieron en la referencia predilecta de los diseñadores de la época. De acuerdo con Godfrey (2013) Los movimientos artísticos como el *pop art* de Andy Warhol y la música de los *Rolling Stones* o de los *Beatles* formaron una simbiosis con la moda que contribuyó a generar esta identidad juvenil, que tenía a personalidades como Lesley (*Twiggy*) Hornby de modelo a seguir.

4.6.1 La libertad excesiva

Como se menciona en párrafos anteriores, el nuevo sentimiento de libertad e individualismo de los 60 se vio directamente reflejado en la moda. Con la invención de la píldora anticonceptiva y el inicio de la revolución sexual, se revelaba una sociedad menos formal y más

permisiva. Nuevos aires del feminismo se asomaban y las mujeres decidieron replicar esto en su forma de vestir (Smithsonian, 2012).

En el año 1964 sale al mercado la mini falda. La invención de esta icónica pieza se le atribuye a dos diseñadores: André Courrèges en París y Mary Quant en Londres. Sin embargo, es Quant quien sabe promocionar mejor su producto y gracias al protagonismo de Londres en esta época, su éxito fue mayor.

Baxter- Wright et al. (2006) describen que para inicio de la década de los '60 el ruedo de las faldas había comenzado a subir, sin embargo, fue en 1964 cuando alcanzaron el tope con un ruedo que llegaba hasta la mitad del muslo. La minifalda generalmente era usada con un cinturón, pero igualmente quedaba suelta sobre las caderas. En esta época la innovación en materia de tejidos permitió la creación de las medias panty, que eran usadas sin necesidad de colocar tirantes que la minifalda no cubría.

Junto con esta nueva falda, vino además el minivestido. Esta pieza poseía una silueta en A, muy simple que hacía su uso muy versátil. Los diseños que tenían impresos los vestidos variaban desde los bloques de colores, estampados *pop art*, unicolores, etc. Este se convirtió en un elemento fundamental para las personas seguidoras de la subcultura *mod*, quienes a través de la música, el arte, la moda y su estilo de vida buscaron una manera de expresar este sentimiento de libertad (Smithsonian, 2012).

Además de Quant, otra de las diseñadoras más representativas de los años '60 es Barbara Hulanicki, quien aprovechó el afán londinense por las boutiques y abrió Biba, tienda que le brindó a los jóvenes una alternativa más económica para estar a la moda. La marca era más un estilo de vida que una marca y según Fogg (2016) esta fue "la primera *boutique* que penetró en la conciencia popular (...). (...) sirvió para crear una experiencia de compra en la que los clientes podían adquirir ropa de moda a bajo coste en un sorprendente interior de estilo *Art Nouveau* (...)" (p.356).

4.6.2 *Moda futurista*

Debido a que los '60 fueron la época de la exploración espacial, las personas comenzaron a hacerse una idea de cómo podía ser el futuro. Las series de ciencia ficción dominaban los *ratings* y películas como 2001: Odisea por el espacio y *Barbarella* brindaban imágenes vívidas de este ideal.

La moda no tardó en adaptarse a la tendencia y colecciones como *Space-Age* de Pierre Cardin le dieron un nuevo sentido futurista al vestuario. El atuendo incluía telas metálicas o brillantes, materiales sintéticos y elementos transparentes. Fueron comunes las prendas hechas con plástico de colores, PVC, vinilo y acrílico. La silueta predominante seguía siendo la de línea A, pero los vestidos estaban decorados con objetos peculiares que hicieran alusión al futuro y tenían estampados geométricos (Smithsonian, 2012).



Figura 11. Jane Fonda en *Barbarella* (1968). Fuente: Vintage Fashion (2013) por Godfrey

4.6.3 *Mary Quant*

Para Mary Quant, la necesidad de la cultura joven por tener ropa que los representara fue lo que la llevó a la creación de sus prendas. Señala

English (2009) que sus atuendos estaban compuestos de simples líneas y colores llamativos. Su ropa se asemejaba a la que usaban las niñas, con vestidos cortos, túnicas, delantales, bragas y medias coloridas. Quant también enfatizó la idea del *look* total, que ameritaba considerar además del elemento principal, los cosméticos, los zapatos, las bolsas de mano, la joyería e incluso la ropa interior.

Luego de la minifalda, creó la micro mini, que consistía en una falda cuyo ruedo estaba 20 centímetros por encima de la rodilla. Quant era además de diseñadora, un elemento de *marketing* de su propia marca usando sus propios diseños. La minifalda es actualmente una pieza recurrente en las pasarelas, evidenciando la trascendencia que tuvo la pieza y la visión moderna de Quant (Smithsonian, 2012).



Figura 12. Mary Quant. Fuente: Fashion: The definitive history of costume and design (2012) por Smithsonian

4.6.4 Yves Saint Laurent

Nacido en Algeria, Yves Saint Laurent trabajó inicialmente para la casa Dior y, luego de la muerte de Christian Dior, Saint Laurent de apenas 21 años se convirtió en el director creativo de la marca. Sus primeras colecciones fueron aclamadas por la prensa por seguir de manera armónica las líneas de colecciones anteriores de Dior. Sin embargo, en

1960 mostró la que sería su última colección para Dior luego de que recibiera duras críticas por mostrar en ella prendas como blusas cuello de tortuga negras o chaquetas de cuero. A raíz de su salida de Dior, Saint Laurent decide abrir su propia casa de moda en 1962 (Smithsonian, 2012).

Explica English (2009) que durante su carrera, la diversidad de temas en sus colecciones, inspiradas por el arte, el teatro, los viajes y los eventos populares hacían de Saint Laurent uno de los favoritos de la prensa. En los '60 fue este diseñador el que normalizó el uso de pantalones por parte de las mujeres presentando *Le Smoking* un traje similar a un *tuxedo* para hombres. Aunque en un inicio este atuendo de Saint Laurent causó shock, pronto se convirtió en una pieza indispensable en el armario de las mujeres.

Saint Laurent también fue pionero en presentar colecciones inspiradas en otras culturas y en colocar modelos de diferentes razas en las pasarelas. Sus intereses multiculturales fueron de las principales influencias para el movimiento *hippie* que iniciaría en 1969 y predominaría la mayoría de la moda de los años '70. (Smithsonian, 2012).

Además, Fogg (2016) apunta que Saint Laurent fue uno de los primeros diseñadores en adoptar el *pret-a-porter* europeo. Si bien este movimiento ya se había visto en Estados Unidos, con la apertura de su tienda *Rive Gauche* Saint Laurent ofrecía opciones más asequibles de las prendas que mostraba en la pasarela, permitiendo así que sus diseños llegaran a mujeres de diferentes clases sociales.

4.7 1970

En cuanto a moda, la década de los '70 es la más difícil de definir por la gran cantidad de tendencias que existieron y por el rechazo evidente hacia las grandes marcas de ropa y la preferencia por ropa de segunda mano. Viniendo de la libertad excesiva que la década anterior había brindado, las mujeres comenzaron a experimentar cada vez más con

distintos estilos que representaran su forma de ser y que las acercara más a un estado natural.

Aunque el movimiento hippie inició en San Francisco en 1967, este se extendió hasta principios de los años setenta, trayendo consigo largos vestidos con estampados intrincados y telas ligeras. Con la paz como su estandarte, la cultura *hippie* estaba compuesta de jóvenes que desafiaban y criticaban la manera en cómo sus padres vivían, se oponían a la participación de los Estados Unidos en la Guerra de Vietnam, estaban en contra de la desigualdad racial y también contra la discriminación sexual. Esto suponía también darle la espalda a las grandes marcas de moda y a las tendencias que estas buscaban imponer (Smithsonian, 2012).

Durante este período, también se evidenció una nostalgia por la ropa de los años '20, '30 y '40, que vino dada por el estreno de películas como *Bonnie and Clyde* (1967), *The Boy Friend* (1971), *Cabaret* (1972) y *The Great Gatsby* (1974). El renacer del *Art Deco* generó una necesidad por buscar prendas de segunda mano de épocas pasadas (Godfrey, 2013)

Gracias al abaratamiento de los pasajes de avión, los viajes a lugares exóticos se hicieron más comunes y la moda de la década se vio influenciada por las culturas orientales. Sumado a esto, diseñadores como Saint Laurent, con sus colecciones inspiradas en diferentes países, promovieron la creación de prendas con estilos étnicos (Fogg, 2016).

Los movimientos *Glam Rock* (Inglaterra) y *Disco* (Estados Unidos) surgieron como un antídoto al severo clima económico. El estreno de *Saturday Night Fever* (1977) animó a la sociedad a ir a las discotecas a lucir sus mejores atuendos. Músicos como David Bowie, Marc Bolan y Elton John eran los mayores exponentes del movimiento y el local *Studio 54* en Nueva York se volvió la discoteca más famosa del mundo. Las mujeres vestían de manera extravagante, pero aún más llamativos eran sus peinados. Una sensación de fantasía y escapismo podía encontrarse en la manera de vestir de aquella época (Fogg, 2016).

Baxter-Wright et al. (2006) plantean que durante los años '70 el *ready-to-wear* estableció una base sólida, en donde las grandes marcas ya no

solo diseñaban alta costura, sino que se adaptaron al concepto de ropa para el día a día.

Por último, la popularidad de *Le Smoking* de Saint Laurent procuró una alternativa a la falda y el vestido. Gracias a los movimientos como la revolución sexual, la mujer iba teniendo un papel cada vez más importante en el área laboral y paulatinamente se fue aceptando el uso de este atuendo (Smithsonian, 2012).

4.7.1 Estilo glam y disco

Caracterizado por materiales brillantes y metálicos, este estilo extravagante de vestir estaba conformado por piezas que iban desde largos vestidos hasta los shorts conocidos como *hot pants*. Las telas sintéticas, entre ellas la lycra y el spandex, o el satén, el *lamé* dorado y el terciopelo dominaron en la fabricación de prendas de esta época. Elementos como las lentejuelas o las plumas eran adjuntados a la ropa para resaltar. También eran comunes los *looks* completamente blancos, que aseguraban que la persona resaltara bajo las luces ultravioletas de la pista de baile (Baxter-Wright et al., 2006).

4.7.2 Los hippies

Las cortas faldas que dominaron en los años '60 fueron reemplazadas en la década siguiente por largos vestidos vaporosos con línea A que llevaban estampados reminiscentes a la naturaleza. Las mujeres jóvenes abrazaron la idea de la paz y el amor en contra de la guerra, la corrupción y las sociedades capitalistas (Smithsonian, 2012).

El cambio en la mentalidad significaba un deseo por vivir en armonía y sin preocupaciones, y esto se vio directamente reflejado en el vestuario. Los estilos étnicos de las telas usadas en la vestimenta típica de las naciones occidentales fueron los preferidos para los maxi vestidos, sin embargo, estilos románticos o victorianos también podían verse. Las mujeres optaron también por teñir su propia ropa, aumentando así la popularidad del *tie-dye*. Los estilos del cuello eran variados, sin embargo,

entre los más populares estaban el tipo *halter*, el cuello en V o cuello cuadrado (Smithsonian, 2012).



Figura 13. Actriz Natalie Woods modela un vestido de Zandra Rhodes con detalles orientales. Fuente: Vintage Fashion (2013) por Godfrey

4.8 1980

A principios de los ochenta la economía no era estable y esto afectó particularmente a la clase media. Los jóvenes, quienes no pensaban en invertir su dinero en ropa de marca, adoptaron las tendencias de la moda de calle. Una mezcla entre el hipismo de los setenta y la nueva música rock de la década construyó el escenario perfecto para que movimientos como el *punk* o lo gótico dictaran la pauta en la manera de vestir (Baxter-Wright et al., 2006).

La fortaleza que el dólar estadounidense ganó en 1985 permitió ahora a los compradores adquirir prendas de alta costura o de *pret-a-porter* de marcas de lujo y a mitad de la década se vio un cambio hacia la noción de la moda. Señala Fogg (2016) que:

La sociedad se mostró dispuesta a aceptar el consumo ostentoso tras la recesión de la década de 1970, período en el que el creciente movimiento feminista y los defensores de una vuelta de la naturaleza consideraron que

la moda era inherentemente frívola. Las modas jóvenes de los *hippie* (...) se obviaron en aras de un glamour adulto y desmesurado. (p. 442)

La reaceptación de los diseñadores permitió que marcas como Calvin Klein o Giorgio Armani construyeran casas de moda sumamente exitosas. Además, se veía por primera vez a los diseñadores relacionándose socialmente con sus clientes, lo que dio paso a una nueva noción del diseñador como un personaje promotor de la marca (Fogg, 2016).

La ropa deportiva también tuvo un auge en los años '80. Los gimnasios y las clases de aeróbicos se volvieron una escena social y el vestuario para ejercitarse encontró una entrada a las pasarelas. Diseñadores como Donna Karan y Azzedine Alaia experimentaron con telas elásticas y por primera vez el cuerpo de la mujer le estaba dando la forma a la ropa en vez de ser al revés. Los deportistas comenzaron a tener un estatus de celebridad y esto favoreció también a la tendencia, especialmente para el calzado, en donde los zapatos de goma o *sneakers* se volvieron objetos del deseo (Smithsonian, 2012).

Adicionalmente, los avances en la tecnología de los medios permitió que un espectro más amplio de personas tuvieran acceso a la televisión y se vieran influenciados por la cultura pop. Madonna fue un gran ícono en la moda de los '80, introduciendo la tendencia de usar faldas sobre pantalones capri y medias de red o guantes sin dedos que muchas jóvenes copiaron (Godfrey, 2013).

La cultura del baile y el gusto por los clubes nocturnos igualmente marcó la forma de vestir de la década. Entre los estilos que se podían observar, estaban los nuevos románticos (inspirados por el estilo de los piratas y mayormente influenciados por la diseñadora Vivienne Westwood), los seguidores de la música *hip-hop* (asociados con ropa deportiva prístina, chaquetas de cuero estilo *bomber* y mucha joyería dorada) y los fanáticos de la música rave (con una cara feliz como su emblema, utilizaban vestimenta de colores fluorescentes combinada con *blue jeans* y zapatos de goma) (Smithsonian, 2012).

Por último, señala Godfrey (2013) que a medida que las mujeres escalaban en el ámbito laboral, los diseñadores vieron una oportunidad de negocio. La introducción del *power dressing* buscó representar a esa mujer que ahora ocupaba los puestos de los hombres pero que no quería perder su feminidad.

4.8.1 El power dressing

El pináculo de esta tendencia durante los años ochenta es una de las mejores evidencias del uso de la ropa para transmitir estatus. Chaquetas con hombreras exageradas y faldas que llegaban justo por encima de la rodilla, generalmente los atuendos hechos con telas a rayas, a cuadros o en un solo color llamativo, usado con medias panty, con tacones aguja puntiagudos, peinados exagerados y accesorios resaltantes (Smithsonian, 2012).

Afirma Fogg (2016) que este estilo de vestir “representó el poder y la sexualidad de la mujer de negocios contemporánea” (p.436). El traje de falda y chaqueta era normalmente complementado por un cinturón ancho usado en la cintura para marcarla. Además, se popularizó el uso de blusas con hombros anchos que a veces podían estar estampadas con gráficos de cadenas, lazos o guirnaldas.

Para una nueva generación de mujeres trabajadoras, este vestuario se convirtió en un símbolo de dominación. Además durante el furor del *power dressing*, se volvieron indispensables en los armarios piezas puntuales como los tacones Manolo Blahnik, los mocasines Gucci, los relojes Rolex y otros complementos que reflejaban no solo el poder adquisitivo, sino un estilo de vida que se llevaba en las capitales económicas del mundo (Fogg, 2016).



Figura 14. Trajes por Emanuel Ungaro. Fuente: Vintage Fashion (2013) por Godfrey

CAPÍTULO V

MARCO METODOLÓGICO

5.1 Modalidad de la investigación

La modalidad planteada para este Trabajo de Grado es la de *Análisis de Medios y Mensajes*. De acuerdo a lo establecido en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello:

Esta modalidad consiste en la aplicación de las diferentes concepciones metodológicas propias de la comunicación social al estudio de distintos tipos de mensaje (desde el análisis de contenido hasta las diferentes corrientes que se han desprendido de la semiótica o la semiología) o a los medios más adecuados para transmitirlos (<http://bit.ly/1MJmWP7>).

Se propone esta modalidad ya que se buscará aplicar la teoría semiótica desarrollada por Roland Barthes para hacer un análisis simbólico de 7 *looks* de vestuario, tomados de décadas del siglo XX.

Partiendo del precepto de que la ropa envía algún tipo de mensaje, se logra hacer conexión con los postulados de Barthes, que reflejaban cómo los objetos cotidianos pueden contener mensajes icónicos codificados.

Al tomar el vestuario como ente comunicador y la teoría semiótica de Barthes como herramienta de análisis, se desea demostrar cómo el vestido, a pesar de no ser una forma verbal de comunicación, está cargado de significado y puede llegar a decir algo a quien lo observa.

5.2 Tipo de investigación

Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (2014) explican que el alcance de una investigación depende de qué tanto se sepa con respecto al problema (luego de revisar la literatura) y del enfoque que se le vaya a dar al estudio.

Con base en esto, se determina que el proyecto a desarrollar va a ser de tipo exploratorio, porque se quiere “examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández Sampieri et al., 2014, p.91).

Si bien existen estudios simbólicos sobre la ropa (incluyendo trabajos del mismo Barthes), en el caso de esta investigación se le dará una perspectiva de la moda como mensaje, como instrumento que cuenta una historia.

5.3 *Diseño de la investigación*

Este estudio corresponde a una investigación no experimental, la cual se realiza “sin la manipulación deliberada de variables y en [la] que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 152)

Será una investigación no experimental, en la cual se observará una situación que ya existe, cuyos efectos ya sucedieron y en donde las variables independientes no pueden ser manipuladas (Hernández Sampieri et al., 2014).

Esto quiere decir que se observará el vestuario seleccionado, el contexto en el que existió y se procederá a realizar un análisis profundo del mismo a través de la teoría semiótica escogida.

5.4 *Población, unidad de análisis y muestra*

A continuación se presentan los conceptos de población, unidad de análisis y muestra, así como los elementos que componen este apartado del trabajo de investigación.

Cabe destacar que estos elementos fueron seleccionados por la autora luego de realizar la investigación pertinente y culminar la escritura de los marcos teórico, conceptual y referencial. Con la ayuda específica del marco referencial elaborado se seleccionarán, bajo el criterio de la autora, los *looks* que conformarán la muestra.

5.4.1 *Población*

Para Hernández Sampieri et al. (2014) la población de un trabajo de investigación está definida como un grupo de casos que tienen en común determinadas especificaciones. La población que comprende este estudio

se encuentra compuesta por todas aquellas piezas de ropa que fueron diseñadas desde 1920 hasta 1989 y que constituían la vestimenta típica de la década en que estaban de moda.

5.4.2 Unidad de análisis

Una unidad de análisis, también denominada unidad de muestreo, es definida por Hernández Sampieri et al. (2014) como aquella que se enfoca en el qué o quienes del estudio. La unidad de análisis pueden ser objetos, sucesos e, incluso, colectividades.

Para efectos de esta investigación, la unidad de análisis comprenderá aquellas prendas que constituían la vestimenta típica de la década en la que las mismas estaban de moda, es decir, eran una tendencia.

Estas tendencias se logran evidenciar luego de la realización del marco referencial del presente estudio, en donde se abarcaron temas como colecciones de ropa destacadas, prendas de vestuario más usadas y diseñadores icónicos del siglo pasado.

5.4.3 Muestra

En las investigaciones cualitativas, la muestra es definida como ese “grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia” (Hernández et al., 2014, p.384).

La muestra del presente trabajo fue seleccionada a criterio de la autora, partiendo de las lecturas de libros referentes a la historia de la moda, apoyándose primordialmente en el marco referencial, en donde se abordó lo relacionado a la historia de la moda del siglo XX hasta el año 1989.

De definen entonces siete *looks* o atuendos que se considera fueron los más icónicos de cada década desde 1920 hasta 1989. Para facilitar el estudio y la lectura del mismo, se ha propuesto un nombre para cada atuendo. Los nombres se encuentran en inglés dado a la naturaleza en la

que fueron creados y nombrados de acuerdo a su época. La muestra es la siguiente:

Tabla No. 1: Muestra

| Década | Atuendo seleccionado |
|---------------|-----------------------------|
| 1920 - 1929 | <i>The Flapper Look</i> |
| 1930 - 1939 | <i>The Hollywood Look</i> |
| 1940 - 1949 | <i>The Wartime Look</i> |
| 1950 - 1959 | <i>The New Look</i> |
| 1960 - 1969 | <i>The Mod Look</i> |
| 1970 - 1979 | <i>The Hippie Look</i> |
| 1980 - 1989 | <i>The Power Look</i> |

Fuente: Elaboración Propia (2017)

5.5 Técnicas e instrumentos de investigación

La recolección de los datos utilizados en toda investigación se realiza mediante determinados procedimientos que le son de gran ayuda al autor para poder realizar la investigación de una manera concisa.

El instrumento de investigación es indispensable para el investigador porque este le permite registrar los datos observados que realmente se identifican con los conceptos y variables que el investigador tiene en mente (Hernández et al., 2014).

El instrumento, como herramienta fundamental para los trabajos de investigación, debe contar con “tres requisitos esenciales: confiabilidad, validez y objetividad” (Hernández et al., 2014, p. 200). Los dos primeros serán definidos más adelante. La objetividad de un instrumento para Hernández Sampieri et al. (2014) depende del grado de vulnerabilidad que presente el instrumento a los sesgos del investigador o investigadores.

Hernández Sampieri et al. (2014) mencionan que entre los tipos de instrumentos más comunes y utilizados se encuentran los cuestionarios, las escalas de medición de actitudes y entrevistas.

Sin embargo, para efectos de esta investigación, se procederá a la utilización de una matriz de análisis creada bajo los postulados de Roland Barthes que será aplicada a la muestra para facilitar el análisis.

En esta matriz se utilizará solo el análisis de los elementos connotativos y denotativos de los atuendos, obviando el componente lingüístico que Barthes proponía en su teoría. Esto se debe a que en ninguna de las piezas hay elementos lingüísticos para analizar.

5.5.1 Matriz de análisis

Tabla No. 2: Matriz de análisis

| Pieza | Componente icónico no codificado | | | | | | Componente icónico codificado | |
|-------|----------------------------------|----------|-------------|---------|-------|---------|-------------------------------|-------------|
| | Elementos | | Composición | | | | Connotadores | Connotación |
| | Prendas | Detalles | Color | Textura | Línea | Balance | | |
| | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia (2017)

5.5.2 Criterios de análisis

En este apartado se brindará la definición de los criterios que servirán de guía para el estudio y ubicación de los componentes de Barthes en la muestra.

5.5.2.1 Componente icónico no codificado

Para Barthes (1977), la lectura de una imagen arrojaba, además de un mensaje lingüístico en el caso de que lo tuviera, una imagen literal o denotada y una imagen simbólica o connotada.

La imagen denotada nunca se puede encontrar en estado puro, ya que el humano automáticamente hace referencia a lo simbólico cuando observa una fotografía o un dibujo (Barthes, 1977). Por esta razón,

Barthes sugería estudiar primero la imagen connotada, ya que era un proceso natural de la mente. Sin embargo, en la presente investigación se analizará la imagen literal en un principio para el mejor entendimiento del mensaje icónico codificado

Afirma Barthes (1977) que las características del mensaje literal encontrado en la imagen denotada siempre van a ser relacionales. Por esto, para determinar lo denotativo de la imagen se deben borrar mentalmente los signos connotativos. Cobley y Jansz (2004) sugieren que para encontrar lo denotativo de la imagen, hay que reconocer los objetos identificables en la fotografía obviando el código más amplio que nos brinda la sociedad.

A partir de esto, para el estudio de los atuendos en este trabajo se procederá a identificar dos bloques que componen el vestuario: los elementos individuales y la composición tanto de los elementos individuales como del vestuario en general. A continuación se presenta la definición y el desglose de estos criterios

a. Elementos:

La RAE define la palabra elementos como “cada uno de los componentes de un conjunto” (<http://bit.ly/2xIhCtM>). En este caso, los componentes observables en el atuendo se describirán bajo los siguientes renglones:

- Prendas: definida por la RAE como “cada una de las partes que componen el vestido y calzado del hombre o de la mujer” (<http://bit.ly/2xr37cu>). Las prendas observables en la fotografía serán mencionadas en esta parte. Algunos ejemplos de prendas que constituyen el atuendo pueden ser faldas, blusas, pantalones, tacones, etc.
- Detalles: se refieren a aquellos elementos que destacan en la prenda y brindan una descripción más detallada de la pieza, así como la altura del ruedo de las partes inferiores, o la solapa de una chaqueta, el peplo de una blusa, las magas de un vestido, etc.

b. Composición:

Partiendo de la idea de una composición artística, que es definida por la RAE como una agrupación de elementos que tienen la finalidad de crear una obra equilibrada y armoniosa (<http://bit.ly/2x8zIBK>), se va a buscar especificar aquellas partes tanto de la prenda individual como del atuendo que aporten a determinar el tipo de silueta y la tonalidad del vestido. La composición describirá el color, la textura, la línea y el balance de cada atuendo.

- Color: la RAE define la palabra color como una “sensación producida por los rayos luminosos que impresionan los órganos visuales y que depende de la longitud de la onda” (<http://bit.ly/2h8BxuA>). Señalan Eiseman y Cutler (2014) que el color en la moda le da al atuendo la capacidad de impacto tanto visual como emocional. Las tendencias de moda también incluyen tendencias en el color, por lo que es importante que en el presente estudio, si la imagen de la pieza estudiada posee color, se tome en cuenta el mismo para el análisis simbólico.
- Textura: se define como la “disposición y orden de los hilos en una tela” (RAE, <http://bit.ly/2x5I2Vz>). En este caso también se tomará en cuenta el estampado de una prenda como una textura. Para el análisis se limitará a describir la textura de acuerdo a su aparente suavidad o dureza, ya que se estudia la prenda a través de una imagen en donde es imposible determinar la tela.
- Línea: la línea del atuendo en la moda es aquella que determina además su silueta o perfil. Entre las distintas líneas que se pueden encontrar están la línea en A, la de reloj de arena, la línea en S, entre otras.
- Balance: este componente hace referencia al foco de atención que posee el atuendo. Para determinar el balance del vestuario es necesario observar la línea y los detalles que llevan la mirada hacia un punto u otro en el *look*, ya que estos aportan mayor

peso visual a un área determinada y definen la zona más llamativa.

5.5.2.2 Componente icónico codificado

Cobley y Jansz (2004) definen al componente icónico no codificado como “las connotaciones visuales derivadas de la forma en que están dispuestos los elementos fotografiados” (p.48). Para Barthes (1977), en el análisis de la publicidad de pastas Panzani, estas connotaciones incluían la frescura, que se descifraba gracias a los ingredientes de colores vivos y apetitosos; la italianidad, brindada por la tonalidad tricolor de los ingredientes que recordaban a la bandera de Italia.

Sin embargo, es importante destacar que para ubicar estos elementos connotadores en la imagen es necesario que el lector de la misma posea conocimientos de la realidad cultural en la que se desarrolla lo que se observa (Barthes, 1977). Para localizar el componente icónico en las imágenes, se tomará como apoyo una división entre connotadores y connotación.

a. Connotadores:

Estarán compuestos de aquellas señales que permiten descifrar la connotación. Para Barthes (1977), en el anuncio de Panzani, un connotador del regreso del mercado era la red de productos abiertos sobre la mesa. Pueden existir bajo una misma imagen una serie distinta de connotadores, que llevan a diferentes connotaciones.

b. Connotación:

Va a estar definida por la significación, es el mensaje obtenido a partir de los connotadores y va a requerir siempre del contexto cultural del lector para poder ser percibida, ya que este lee e interpreta lo que la imagen le dice de manera subjetiva, siempre basándose en su historia y en sus experiencias.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En este apartado se presentan tanto las piezas de la muestra como los análisis respectivos que componen el elemento principal de esta investigación, ya que mediante la realización de los análisis se efectuará la resolución del objetivo general del trabajo.

6.1 Piezas y matrices de análisis

Pieza No. 1: The Flapper Look

Década: 1920



Figura 15. Atuendo 1. Fuente: Moda: Toda la historia (2016) por Fogg

Componente icónico no codificado

Se aprecia en la imagen una mujer portando un vestido que no posee mangas, con líneas rectas, la definición de la cintura no se evidencia y el ruedo del mismo acaba aproximadamente en las rodillas, sin embargo, no se logra distinguir con exactitud hasta qué parte de la pierna llega puesto que el ruedo es asimétrico.

El vestido se compone también de adornos que pudieran ser cristales o cuentas que caen desde la cadera a lo largo de la falda. El cuello del vestido es ligeramente cuadrado, y la parte superior de la prenda pareciera tener dos capas de tela por el efecto visual que se aprecia.

Además, sobre el pecho se observa un detalle de dos partes idénticas, equidistantes. Cada parte del detalle abarca desde los hombros hasta justo antes de la cadera de manera vertical. La tela parece ser suave y ligera.

El atuendo consta de unas medias con cierto nivel de transparencia, zapatos de punta redonda con un adorno brillante en la parte superior, un collar de perlas largo colocado de tal manera que da la ilusión de ser dos collares y un brazalete en la muñeca derecha.

La imagen, al estar en tonos sepia, no permite distinguir con exactitud el color del vestido, sin embargo, se evidencia que este es de un color oscuro, probablemente negro, y que las cuentas en el mismo también son oscuras.

El punto que llama la atención en el atuendo es la falda o parte inferior del vestido. Las cuentas que posee hacen que resalten los detalles y reflejen la luz de tal manera que lleva al ojo a esa dirección. Aunque esta zona sea la protagonista visual, en general, el atuendo tiene un balance armónico, tanto la parte superior como la inferior están proporcionadas y generan una silueta armónica que no tiene rupturas bruscas evidentes en la misma.

Componente icónico codificado

Los elementos que fungen de connotadores en el atuendo son numerosos y revelan diferentes significados que contiene el *look*. Es importante recordar que Barthes (1977) sugiere que el factor cultural al momento de interpretar simbólicamente es de suma importancia, pues el lector de la imagen asocia lo que observa a su entorno social y su sabiduría histórica y, a partir de esto, infiere significados.

En primer lugar, las distintas zonas descubiertas del cuerpo hablan sobre la nueva libertad encontrada por parte de la mujer en esta década. Luego de encontrarse con una sensación liberadora, en cierto modo por el fin de la Primera Guerra Mundial, empezaron a usar faldas cada vez más cortas y a adoptar costumbres consideradas masculinas, como fumar.

Con respecto a las costumbres masculinas, las mujeres buscaron también concebir un aspecto andrógino, en donde la figura femenina común, que poseía grandes curvas, fue descartada completamente. En el vestuario se aprecia esto cuando se analiza la silueta y se evidencia una ausencia de división para la cintura, que años antes había estado particularmente marcada por un corsé.

Sin embargo, que existiera una figura ideal andrógina no descartaba el deseo por ser femenina, el gran decorado que posee el vestido así lo revela. Aunque se trata de una silueta sencilla y recta, el material del atuendo se ve lujoso y los diferentes detalles con cuentas o cristales brillantes le otorgan un sentido de exclusividad al *look*.

Por último, los accesorios que porta la mujer le agregan valor al concepto de querer seguir siendo femenina, a pesar de la masculinidad de las líneas del atuendo.

Todos los símbolos que nos ofrece este atuendo se relacionan perfectamente con la nueva mentalidad que estuvo presente en la década de los '20. El exceso de libertad por la esperanza de un mundo nuevo se reflejó de manera evidente no solo en el modo de actuar, sino en el modo de vestir.

Pieza No. 2: The Hollywood Look

Década: 1930



Figura 16. Atuendo 2. Fuente: Moda: Toda la historia (2016) por Fogg

Componente icónico no codificado

La fotografía brinda la imagen de una mujer que porta un vestido largo con múltiples detalles. Inicialmente, las mangas de la pieza, que llegan justo al espacio entre los hombros y los codos, se componen de varias capas de tela ondulada que le brindan un gran volumen.

Seguidamente, la parte inferior del vestido muestra una silueta en A, con una falda amplia, que finaliza con un ruedo con tres tiras de volantes que le agregan también volumen. Un poco más arriba de los volantes, se aprecian tres rayas adjuntadas al vestido que parecen ser de un material diferente al de la falda.

A la altura de la cintura cae, de manera inclinada, una tira de volantes que dan la sensación de un peplo pero que no enfatiza de ninguna forma la cintura. El cuello del vestido es cerrado, decorado igualmente con volantes ondulados, y para complementar el atuendo, un brazalete en la muñeca derecha.

Los zapatos no se aprecian en la imagen, así como tampoco se ve algún otro adorno. La fotografía está a escala de blancos y negros, por lo que no puede detectarse el color específico del vestido. Sin embargo, se evidencia que el mismo es de color claro porque refleja la luz y la textura de las telas es suave, ligera y vaporosa.

Las mangas del vestido obligan a dirigir la mirada hacia este punto, lo que las convierte en protagonistas del atuendo, pero no se detecta un desbalance con respecto a la parte baja del traje por el tamaño de la falda y los pliegues que posee.

Componente icónico codificado

Durante los años '30 la Gran Depresión afectó severamente el poder adquisitivo de las personas y proporcionó un escenario económico y social destruido por la crisis. No obstante, la gente encontró en el cine una distracción que representó la escapatoria a sus problemas.

La imagen presentada es la de una actriz de cine en una película de la época. Se puede leer en la fotografía, específicamente en el atuendo, cómo este refleja una abundancia que no existía en el entorno social. Se deduce a partir de esto que con la demostración de glamour y excesos se deseaba recordar lo menos posible la realidad vivida en las calles.

En contraste con la década pasada, en donde distintas zonas del cuerpo eran exhibidas, se evidencia en el vestuario una mentalidad más recatada y adulta. La falda cubriendo los zapatos, el cuello cerrado, una cintura marcada, mas no definida. Estos son algunos ejemplos de esa búsqueda de seriedad contrario a los años anteriores.

Es comprensible que el atuendo sea exagerado en algunas partes. El cine, por ser un medio de consumo visual, debe impactar al espectador. Sin embargo, las tiendas, que se dedicaron a copiar estos atuendos para venderlos masivamente, copiaban las siluetas y el estilo, pero los fabricaban con telas más económicas, obteniendo un resultado similar pero asequible.

Se observa en última instancia cómo lentamente un retorno a la silueta de reloj de arena se vino dando. Como se resalta en líneas anteriores, la cintura estaba un poco más definida, y en el caso particular del atuendo, decorada para recordar su presencia, así no estuviera marcada.

Pieza No. 3: The Wartime Look

Década: 1940



Figura 17. Atuendo 3. Fuente: Moda: Toda la historia (2016) por Fogg

Componente icónico no codificado

El atuendo que la mujer lleva en la fotografía está constituido por una falda, una chaqueta, zapatos planos, un sombrero, guantes y un bolso de mano. La mujer está de espaldas, por lo que es imposible percibir el atuendo por la parte frontal, sin embargo, se pueden observar las características generales de la ropa que porta.

En primer lugar, la falda posee un ruedo que llega justo por debajo de las rodillas, sin costuras ni cortes especiales y sigue una línea recta. La tela no tiene detalles pero no es del todo lisa, se aprecia cierta textura rugosa. La falda es estrecha, sin embargo, permite el libre movimiento de las piernas.

La chaqueta es la prenda que más destaca del *look*, tiene los hombros cuadrados y la cintura entallada, lo que denota una silueta de triángulo invertido. Los hombros son más amplios de lo normal, lo que hace deducir que tiene unas hombreras internas. Es del mismo material de la falda, por lo que se supone, componen un conjunto.

Debido a que la foto está en blanco y negro no se puede asegurar cuál el color del conjunto, sin embargo, se considera que el color es alguno que se encuentra en la escala de grises.

Con respecto a los accesorios, los zapatos no se distinguen efectivamente, pero se aprecia que son de color oscuro. El sombrero es de color claro, hecho de un material rígido y está ligeramente inclinado hacia delante, los guantes son también de color oscuro y la bolsa de mano, que tiene un estilo tipo sobre, no lleva decoraciones. A pesar de que lleva falda, la mujer parece no tener puestas medias que cubran las piernas.

La silueta que crea este atuendo dirige la atención completamente al área de los hombros, que destaca por sobre los demás elementos que se observan, lo que ocasiona un balance desproporcionado entre la parte superior y la parte inferior del *look*.

Componente icónico codificado

La fotografía retrata a una mujer inglesa en Londres durante la Segunda Guerra Mundial. El atuendo narra, casi de manera automática, en racionamiento excesivo que sufrió la moda en los años '40.

Los elementos de connotación visibles en el vestuario pueden detectarse casi de inmediato. Comenzando por la falta de decoro en las prendas, en donde se evidencia la puesta en práctica del control por parte del estado a la indumentaria. Seguido, el hecho de que la mujer no lleve medias es síntoma de la escases de materiales para la confección.

Las características de la falda connotan también una necesidad por usar ropa cómoda que permitiera más movimiento para las piernas en circunstancias en donde la mujer trabajaba y necesitaba ser liberada de todo tipo de prendas que dificultaran la realización tareas laborales.

En la chaqueta se determina una fuerte influencia del estilo de los uniformes militares gracias a los grandes hombros, pero también un deseo por rescatar la feminidad en el entalle de la cintura. Además, siguiendo la idea del rescate a la feminidad, los guantes, el sombrero y el bolso de mano le agregan al atuendo un decoro casi imperceptible.

La sensación de sobriedad que emana el traje va acorde con la época en la que fue creado. Al no poseer ningún tipo de costuras especiales aparte de las necesarias, se observa cómo era la moda y la confección en momentos de austeridad.

Se consideraba en esa época que llevar una ropa recatada, pero estéticamente atractiva, elevaba la moral y ayudaba a las mujeres a conllevar el ambiente en el que vivieron.

Pieza No. 4: The New Look
Década: 1950



Figura 18. Atuendo 4. Fuente: Moda: Toda la historia (2013) por Fogg

Componente icónico no codificado

Las prendas que se pueden observar en la vestimenta de la mujer y que componen un solo atuendo son una chaqueta, una falda, guantes, zapatos de tacón y un sombrero.

Inicialmente, la chaqueta posee hombros redondeados, solapas gruesas que construyen un cuello en V, cinco botones en la parte central del frente. Lo que más resalta de la misma es un corte creado a la altura de la cintura que marca severamente una separación y que, después del corte, abre el peplo y termina justo en las caderas.

La falda es amplia, se concluye que tiene varios metros de tela por la cantidad de pliegues que crea. el inicio de la falda no se puede observar porque está tapado por la chaqueta, sin embargo, se asume que está a la altura de la cintura. El ruedo de esta termina en la mitad de la pantorrilla.

Los colores del atuendo contrastan entre sí, aunque no se distingan las tonalidades por no ser una fotografía a color, se aprecia que la parte superior del atuendo es clara, probablemente blanca, y la inferior es oscura, probablemente negra.

El material de la chaqueta parece rígido, por sostener la figura de reloj de arena que la conforma, mientras que el material de la falda parece suave, por la cantidad de pliegues que conforma a medida que cae.

Los zapatos son igualmente claros, con tacones que pasan de ser gruesos a finos cuando tocan el suelo, con la parte una parte frontal puntiaguda que cubre los dedos de los pies. Los guantes son de color oscuro y cubren hasta las muñecas y el sombrero, de un material duro, es de color claro.

El foco de atención del *look* se encuentra en la cintura, la cual al estar entallada y marcada de tal forma por la chaqueta y el peplo, da la ilusión de ser más pequeña de lo que realmente es. El atuendo tiene un balance armónico, sin embargo, los pliegues de la falda hacen que este se incline un poco más hacia la parte inferior del atuendo.

Componente icónico codificado

La silueta que predominó durante la década de 1950 fue la del reloj de arena. Se puso de moda gracias al lanzamiento del *new look* por parte de Christian Dior, que dejaba de lado aquellas formas masculinas inspiradas en los uniformes y abría paso a una nueva era de feminidad excesiva que reinó durante esta época.

En primera instancia, el énfasis en la cintura ceñida, rasgo característico de la anatomía de la mujer, señala un regreso a los valores antiguos. Durante esa década, influenciadas primordialmente por la publicidad, las mujeres volvieron al rol de amas de casa, en donde el ideal de madre y esposa perfecta ocasionaba que estas estuvieran excesivamente arregladas todos los días, incluso para realizar tareas domésticas.

Luego, la cantidad de tela utilizada en la falda era una clara señal de que el racionamiento en la moda había llegado a su fin. A pesar de ser una prenda bastante simple, internamente ameritaba el uso de un corsé y algunos cojines especiales para dar la sensación de apertura. El vasto uso del material para crear el efecto y la caída deseada también suponía que en ruedo bajara hasta la mitad de la pantorrilla, mostrando únicamente los tobillos, suponiendo así nuevamente una actitud más recatada.

Pieza No. 5: The Mod Look
Década: 1960



Figura 19. Atuendo 5. Fuente: Moda: Toda la historia (2016) por Fogg

Componente icónico no codificado

Destaca la imagen a tres mujeres utilizando vestidos que contienen cortes similares pero diferentes estampados, las tres con medias semi transparentes, y no es capaz de apreciarse si llevan zapatos o algún otro accesorio.

El primer *look*, de la primera mujer de izquierda a derecha, lleva un vestido de línea recta, con un ruedo que llega a la mitad de la parte superior de la pierna. El vestido posee mangas largas y el material del que está hecho parece ser de rigidez media. La tela está estampada con un patrón de círculos blancos con círculos azules dentro de los blancos, todo sobre un fondo del mismo color azul de los círculos. Lleva además medias que son blancas, pero no son completamente opacas.

El segundo *look*, que corresponde a la mujer que está en el medio de las otras dos, porta un vestido de corte recto igualmente, con mangas largas, ruedo por encima de la rodilla, cuello redondo, y el material pareciera ser el mismo que el del primer atuendo. Sin embargo, la tela en este vestido lleva un motivo de rayas *zig-zag*, que alterna los colores blanco y marrón. Porta también las medias blancas con cierto nivel de transparencia.

La última mujer, que se encuentra de tercera de izquierda a derecha, lleva un vestido casi idéntico al de las otras dos. Línea recta, mangas largas, falda con el ruedo en el medio de la parte superior de la pierna, medias blancas y transparencia y material medianamente rígido. Lo único diferente es el estampado, que muestra una serie de rombos blancos equidistantes sobre un fondo verde oscuro.

El diseño de los tres vestidos es sencillo. No muestra cortes particulares ni una proporción desbalanceada de una zona con respecto a otra. Lo que capta la atención en el caso de estos atuendos son sus estampados, con colores y formas llamativas.

Componente icónico codificado

La libertad que reinó durante los años '60 vino dada gracias a la gran cantidad de jóvenes que había luego del alto índice de nacimientos después de la segunda guerra mundial. Estos jóvenes lograron expresar su identidad a través de la moda y vistieron acorde a sus ideales.

Los tres *looks* de la fotografía muestran atuendos muy diferentes a los cuatro analizados anteriormente. Se deduce de ellos la palabra frescura, que puede fácilmente relacionarse con la idea de ser joven. La simplicidad de la silueta puede referirse a las pocas preocupaciones que los adolescentes y adultos jóvenes poseían en ese entonces.

El acto de mostrar las piernas por encima de las rodillas demuestra una ruptura con los valores de sus padres, quienes la década pasada estaban vistiendo con un estilo recatado y arraigado a valores antiguos. Esta búsqueda de diferenciación de sus padres dio como resultado que de una mini falda, pasaran a una micro mini que apenas y cubría un tercio de las piernas. Mientras más alejados estuvieran de los estándares antiguos, mejor

En parte esto también se dio gracias a la carrera espacial y al avance de la tecnología. Los jóvenes se sentían inspirados por lo que el futuro podía traer y ese furor dio espacio para la experimentación en el ámbito de la moda.

Pieza No. 6: The Hippie Look

Década: 1970



Figura 20. Atuendo 6. Fuente: Moda: Toda la historia (2016) por Fogg

Componente icónico no codificado

En la imagen, que contiene se observa una mujer que viste un caftán, un pantalón, dos brazaletes y accesorios en el cabello.

El caftán llama la atención inmediatamente por el espacio que abarca y por la gran cantidad de colores que posee. Con el cuello recto, pareciera ser un solo pedazo de tela que está puesto sobre la mujer y que no contiene ninguna costura. Entre los colores que se distinguen se encuentran el fucsia, el verde claro, el azul, el rojo y el amarillo. La tela es liviana, suave y transparente. Podría tratarse de un chiffon.

El pantalón que lleva puesto el sujeto de la imagen es fucsia, con un adorno en el ruedo hecho con lo que parecen ser cuentas distribuidas de una manera tal que crean un patrón. El material del mismo es opaco, de una tela más rígida que el caftán.

En cuanto a los accesorios, la mujer lleva puestos dos brazaletes gruesos, plateados. En el cabello porta una suerte de retazo de tela amarrado, con tiras de cuentas que bajan y se entrelazan con la cabellera. La mujer está descalza.

La composición del atuendo muestra un balance desproporcionado gracias a la complejidad del estampado y a la anchura del caftán. Sin embargo, esto no le resta armonía al *look*. La silueta es simple, la construcción sencilla y la combinación de los colores, junto con la suavidad que se aprecia en la tela ayudan a disminuir la carga visual que representa el intrincado estampado.

Componente icónico codificado

Casi de manera automática lo que este atuendo relata es un viaje a alguna tierra oriental. La década de los 70 estuvo caracterizada principalmente por un rechazo a las marcas y por una vuelta a la naturaleza, influenciada por el movimiento *hippie* que había iniciado unos años antes.

Esta subcultura adoptó una manera de vestir bohemia, con algunos tintes psicodélicos que venían dados por la experimentación de drogas. Esta psicodelia es legible en el estampado del vestido, que es irregular y presenta un contraste de colores poco común.

Que la mujer esté descalza no es accidental. Esta ausencia de calzado es completamente intencional en la composición del atuendo como un todo, y representa el deseo de una vida con las libertades que profesaban los *hippies*. El contacto con la naturaleza en todos los niveles es evidente tanto en la falta de zapatos, como en la libertad de movimiento que brinda el caftán ancho, una prenda predilecta para las mujeres seguidoras del movimiento.

La presencia de lo étnico se refleja en los pantalones, los cuales tienen ciertos elementos de la cultura de la India, como el llamativo color fucsia y los bordes decorados.

La sencillez del diseño podría compararse con la intención de una vida en armonía sin preocupaciones. No tiene cortes bruscos ni costuras visibles, solo un estampado que fluye ininterrumpido sobre la tela. En pocas palabras: simplicidad en la vida se traduce también a una manera simple de vestir.

Pieza No. 7: The Power Look

Década: 1980



Figura 21. Atuendo 7. Fuente: Moda: Toda la historia (2016) de Fogg

Componente icónico no codificado

El atuendo que se aprecia en la imagen integra las siguientes prendas: una chaqueta, una falda, un par de guantes, un cinturón, una cartera estilo sobre, dos brazaletes y un par de aretes.

Por sobre todo lo demás, destaca la chaqueta, que posee unos hombros exageradamente anchos, mangas hasta el codo, solapas de una tonalidad distinta que crean un cuello en V, y que tiene la cintura definida por el cinturón. Debido a que la imagen se encuentra en blanco y negro, no se aprecia de manera exacta el color, sin embargo, se puede observar que la chaqueta es de un tono oscuro y las solapas, en contraste, son de un color claro. El material pareciera ser una tela lisa, pero rígida.

La falda es ceñida al cuerpo, sale desde la cintura y llega hasta las rodillas. Es de un tono claro y el material es liso y medianamente rígido. No tiene mayores detalles de costura.

Los guantes son de color oscuro, y llegan un poco más arriba de la muñeca. La cartera estilo sobre, en combinación con la chaqueta y la falda, parece seguir el mismo bicolor claro-oscuro que posee el atuendo, con un diseño de triángulos. El cinturón es de color claro, sin embargo, la hebilla tiene algunos detalles brillantes y sigue el mismo juego de triángulos de la cartera.

La joyería que porta la mujer consiste en dos brazaletes, uno claro y uno oscuro, usados en el brazo derecho, mismo brazo con el que sostiene la cartera estilo sobre. Y los aretes poseen un tamaño grande y de tonalidad oscura. Caen del lóbulo, en forma de gota, y llegan casi a tocar los hombros.

El balance en el atuendo es desproporcionado, los hombros tienen el mayor protagonismo en la composición, sin embargo, no es armonioso puesto que otros elementos, como los aretes, el cinturón o los guantes, también distraen del componente principal. La silueta que se forma a partir del *look* es la de un triángulo invertido.

Componente icónico codificado

Cuando la economía se recuperó a mediados de los '80, dio paso a una nueva generación de jóvenes empresarios que estaban escalando en el ámbito laboral. Las mujeres comenzaron a introducirse cada vez más en áreas que los hombres tenían ocupadas, y esto ameritó una forma de vestir que reflejara el poder y la ambición que tenían.

En primera instancia, lo imponente de los hombros sirve de apoyo para la actitud de poder que se buscaba. Con este estilo de chaquetas y blusas se hacía sentir la presencia de la persona.

Sin embargo, no se buscaba imitar la figura masculina, por el contrario, se buscaba resaltar que era la mujer la que ahora estaba ocupando el lugar de un hombre y por esto es que se marca la cintura con un cinturón y se utilizan faldas en vez de pantalones. Además, las piezas de joyería resaltantes servían también para apoyar este precepto. La cartera estilo sobre igualmente se percibe como diseñada para este ambiente de trabajo, perfecta para meter documentos importantes.

El atuendo parecía ser usado adrede para llamar la atención, como una manera de expresar el "estoy aquí". La manera de vestir durante esta época empoderaba a las mujeres y alimentaba su ambición.

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

Luego de realizar los respectivos análisis de las piezas seleccionadas, utilizando la teoría semiótica de Barthes, se llegó a la conclusión de que los atuendos utilizados a lo largo del siglo pasado, más que exponer la forma en cómo las mujeres utilizaban la ropa, revelan situaciones sociales que ayudan a responder el por qué se vestían de la manera en que lo hicieron.

La investigación permitió conocer cómo el entorno afectaba las distintas tendencias en la moda durante el siglo XX y las mitologías que a partir de estas se creaban. La teoría de Barthes fue indispensable para realizar el análisis, puesto que se desarrolló pensando en la búsqueda de significados en aquellos objetos cotidianos que parecían no contener ningún tipo de significación

A raíz de los análisis, se puede observar cómo, en primer lugar, la moda actúa como un elemento comunicativo, mediante el cual la mujer expresa no solo su sexo y su edad, sino sus valores, sus costumbres, su estatus, sus ambiciones y hasta sus deseos de cambio en la sociedad.

La mujer de los años 20 rompió una barrera impuesta durante más de mil años, al deshacerse del corsé, mostrar sus piernas y adoptar una figura masculina. Constituyó esto una expresión en contra de lo que la sociedad consideraba común.

La mujer en los años '50 rescató la feminidad que había considerado perdida durante las dos décadas anteriores que estuvieron marcadas por austeridad y cambio. El deseo por reencontrarse con los valores tradicionales la llevó a vestirse de cierta manera, que expresara su deseo por construir un hogar y recuperar el ideal de la familia.

La mujer de los '80 se vistió para el éxito, para demostrar su poder mediante un atuendo que reflejara su ambición. No solo buscaban ocupar el lugar de los hombres, querían resaltar que ahí estaba una figura femenina en una posición importante.

Del análisis realizado además se pudo percibir cómo la moda representa un ciclo repetitivo. Mediante las distintas connotaciones halladas en las piezas, se encontraron pequeñas similitudes entre la vestimenta de algunas épocas con otras.

Por ejemplo, el alza de los ruedos tanto en la década de 1920 como en la década de 1960, que supone una generación de jóvenes buscando expresar su deseo diferenciación con las generaciones que le precedieron.

O, por otro lado, la silueta de triángulo invertido que predominó en la década de los '40 y luego tuvo un retorno en los años '80, en donde los puestos que los hombres ocupaban ahora eran tomados por las mujeres y esto supuso la adopción de una forma masculina en las prendas de vestir.

Es evidente que el estudio de las tendencias de moda nunca podrá narrar la historia de manera general, pues son justamente los sucesos sociales los que influyen a la moda. Sin embargo, al analizar detalladamente los estilos usados en cada época se puede observar cómo las personas, y en el caso específico de esta investigación, cómo las mujeres se expresan a través de lo que llevan puesto y cómo cada tipo de vestimenta habla, con un lenguaje sutil pero entendible a través del estudio de sus símbolos y sus significados, sobre las sociedades que las usaron.

7.2 Recomendaciones

Luego de haber analizado mediante la teoría de Barthes las piezas de ropa femenina usadas durante el siglo XX, es recomendable que el mismo estudio sea realizado desde la perspectiva de la moda masculina para tener así una visión general de la moda y sus mensajes durante el siglo pasado.

Además, por la cantidad de tendencias halladas en ciertas décadas, sería igualmente ideal realizar una investigación similar a la presentada, pero enfocada únicamente en una década, profundizando en el contexto

histórico de manera exhaustiva para vincular de manera más efectiva a los cambios sociales con los cambios en el vestuario.

Por último, realizar un análisis simbólico de alguna otra tendencia que no sea ropa, como, por ejemplo, los estilos de cabello o los zapatos durante el siglo XX para determinar si estos también contienen mensajes intrínsecos capaces de ser descifrados mediante la teoría de Barthes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Fuentes impresas

- Barthes, R. (1977). Rethoric of the image. En S. Heath (Comp.), *Image-Music-Text* (pp. 32-51). Londres: Fontana Press. (Traducción libre del autor).
- Barthes, R. (1978). *El sistema de la moda* (J. Viñoly, Trad.). Barcelona, España: Gustavo Gili. (Trabajo original publicado en 1967).
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica* (2a.ed.) (R. Alcalde, Trad.). Barcelona, España: Paidós Comunicación. (Trabajo original publicado en 1985).
- Barthes, R. (1999). *Mitologías* (12a.ed.) (H. Schmucler, Trad.). México D.F.: Siglo Veintiuno. (Trabajo original publicado en 1957).
- Barthes, R. (2000). El signo de la moda. En P. Croci y A. Vitale (Comps.), *Los cuerpos dóciles: Hacia un tratado sobre la moda* (pp.164-165). Buenos Aires: La Marca.
- Barthes, R. (2000). Lo pasado de moda. En P. Croci y A. Vitale (Comps.), *Los cuerpos dóciles: Hacia un tratado sobre la moda* (pp.167-168). Buenos Aires: La Marca.
- Baxter-Wright, E., Clarkson, K., Kennedy, S. y Mulvey, K. (2006). *Vintage fashion sourcebook*. Londres: Carlton. (Traducción libre del autor).
- Berganza, M.R. y Ruiz, J. (2005). *Investigar en comunicación: Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Berlo, D.K. (1969). *El proceso de la comunicación: Introducción a la teoría y a la práctica* (S. Gonzáles y G. Winckhler, Trads.). Buenos Aires: El Ateneo. (Trabajo original publicado en 1960).
- Beuchot, M. (2004). *La semiótica: Teorías del signo y el lenguaje en la historia*. México D.F.: FCE.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (7a.ed.) (C. de la Fuente y E. Montaña, Trads.). México D.F.: McGraw-Hill. (Trabajo original publicado en 2004).

- Cobley, P. y Jansz, L. (2004). *Semiótica para principiantes* (K. Fideleff, Trad.). Buenos Aires: Era Naciente.
- Cumming, V., Cunnington, C.W. y Cunnington, P.E. (2010). *The dictionary of fashion history*. Nueva York: Berg. (Traducción libre del autor).
- Davis, F. (1976). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza.
- Descamps, M. (1986). *Psicosociología de la moda*. México D.F.: FCE.
- Eco, U. (2000). Acerca del vestido. En P. Croci y A. Vitale (Comps.), *Los cuerpos dóciles: Hacia un tratado sobre la moda* (pp.153-156). Buenos Aires: La Marca.
- Eco, U. (2000). *Tratado de semiótica general* (5a.ed.) (C. Manzano, Trad.). Barcelona, España: Lumen. (Trabajo original publicado en 1976).
- Eiseman, L. y Cutler, E.P. (2014). *Pantone on fashion: A century of color in design*. San Francisco: Chronicle Books LLC. (Traducción libre del autor).
- English, B. (2009). *Fashion: The 50 most influential fashion designers of all time*. Londres: Barron's. (Traducción libre del autor).
- Erner, G. (2010). *Sociología de las tendencias* (C. Zelich, Trad.). Barcelona, España: Gustavo Gili. (Trabajo original publicado en 2008).
- Fogg, M. (2016). *Moda: Toda la historia* (2a.ed.) (R. Cano y A. Díaz, Trads.). Barcelona, España: Blume.
- Fonseca Yerena, M., Correa Pérez, A., Pineda Ramírez, M. y Lemus Hernández, F. (2011). *Comunicación oral y escrita*. México: Pearson Educación.
- Fornéz Ruiz, I. (1989). *El último grito: La moda como elemento comunicativo*. Tesis de grado no publicada. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Godfrey, O. (2013). *Vintage fashion*. Londres: Arcturus. (Traducción libre del autor).

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a.ed.). México D.F.: McGraw-Hill
- Humpieres Isava, A. (2014). *El vestuario como vehículo de comunicación en el cine: El caso de La Naranja Mecánica*. Tesis de grado no publicada. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Kim, E., Fiore, A.M. y Kim, H. (2011). *Fashion trends: Analysis and forecasting*. Londres: Berg. (Traducción libre del autor).
- Knapp, M. (1991). *La comunicación no verbal: El cuerpo y el entorno* (M. Galmarini, Trad.). México D.F.: Paidós Comunicación. (Trabajo original publicado en 1980).
- López Lezama, I. (2015). *Análisis de la influencia de la moda de los 60 en la publicidad según Baudrillard*. Tesis de grado no publicada. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Robbins, S.P. y Coulter, M. (2010). *Administración* (10a.ed.) (L. Fernández y V. Ramírez, Trads.). México: Pearson Educación. (Trabajo original publicado en 2009).
- Rojas, L. y Zamrano, L. (2009). *El vestuario como símbolo en el cine caso: The Fifth Element*. Tesis de grado no publicada. Universidad Católica Andrés Bello, Caracas.
- Saltzman, A. (2004). *El cuerpo diseñado: Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.
- Simmel, G. (1939). *Cultura femenina: Filosofía de la coquetería, lo masculino y lo femenino, filosofía de la moda*. Buenos Aires: Espasa-Calpe.
- Smithsonian. (2012). *Fashion: The definitive history of costume and design*. New York: DK. (Traducción libre del autor).
- Svedsen, L. (2006). *Fashion: A philosophy* (J. Irons, Trad.). Londres: Reaktion Books. (Trabajo original publicado en 2004) (Traducción libre del autor).
- Trifonas, P. (2004). *Barthes y el imperio de los signos* (C. Font, Trad.). Barcelona, España: Gedisa. (Trabajo original publicado en 2001).

Zecchetto, V. (2002). *La danza de los signos: Nociones de semiótica general*. Quito: Abya-Yala.

Fuentes electrónicas

- Declaración Universal de Derechos Humanos (Resolución 217^a (III)). (1948, Diciembre 10). [Transcripción en línea]. Disponible: <http://www.un.org/es/universal-declaration-human-rights/> [Consulta: 2016, Octubre 27].
- Everaert-Desmedt, N. (2011). Peirce's Semiotics. En L. Hèbert (Dir.), *Signo* [Página web en línea]. Quebec. Disponible en: <http://www.signosemio.com/peirce/semiotics.asp> [Consulta: 2017, Julio 7] (Traducción libre del autor).
- Fashion United. (s.f.). *Global fashion industry statistics*. [Página web en línea]. Disponible: <https://fashionunited.com/global-fashion-industry-statistics> [Consulta: 2017, Septiembre 4].
- Galaz, L. (2010, Febrero). El signo en moda. *Reflexión Académica en diseño y comunicación: Universidad de Palermo* [Publicación en línea], 13, (63-64). Disponible: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/127_libro.pdf [Consulta: 2017, Agosto 2].
- Mora Cuartas, H. (2017). Etimología de semiología. *Diccionario etimológico español en línea* [Página web en línea]. Disponible: <http://etimologias.dechile.net/?semiologi.a> [Consulta: 2017, Julio 2].
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española: Moda*. [Página web en línea]. Disponible: <http://dle.rae.es/?id=PTFxq8T> [Consulta: 2017, Enero 7].
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española: Elementos*. [Página web en línea]. Disponible: <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=EWqThMH> [Consulta: 2017, Julio 22].
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española: Prenda*. [Página web en línea]. Disponible: <http://dle.rae.es/?id=U2AR2kw> [Consulta: 2017, Julio 22].
- Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española: Composición*. [Página web en línea]. Disponible: <http://dle.rae.es/?id=A2NWzQi> [Consulta: 2017, Julio 22].

Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española: Color*.
[Página web en línea]. Disponible: <http://dle.rae.es/?id=9qYXXhD>
[Consulta: 2017, Julio 22].

Real Academia Española. (s.f.). *Diccionario de la lengua española: Textura*.
[Página web en línea]. Disponible: <http://dle.rae.es/?id=ZharCdP>
[Consulta: 2017, Julio 22].

Saussure, F. De. (1945). *Curso de lingüística general* (A. Alonso, Trad.).
[Libro en línea]. Buenos Aires: Losada. Disponible:
http://fba.unlp.edu.ar/lenguajemm/?wpfb_dl=59 [Consulta: 2017,
Julio 7].