



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Moda, sujeto y cuerpo:
tríada de construcción del sentido del sujeto en sociedad
Ana Cecilia Luna
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata
La Plata | Buenos Aires | Argentina

Moda, sujeto y cuerpo: tríada de construcción del sentido del sujeto en sociedad

Ana Cecilia Luna

acluna28@gmail.com

Facultad de Filosofía y Letras
Universidad Nacional de Tucumán
Argentina

Los orígenes de la moda como una manera de expresión de personalidades, clases y demás pueden encontrarse en un momento histórico que aún genera debate: la modernidad. Obsesionada por lo nuevo, articuló nuevos paradigmas científicos, utopías de progreso, sistemas políticos y económicos, tecnologías, formas de control, comunicación y consumo. En este escenario, la moda encuentra un espacio privilegiado para desplegar sus movimientos totalizadores. Desde sus inicios, se partió de la idea de considerarla como una herramienta social productora de signos distintivos por parte de los grupos sociales altos, una clase de esnobismo, ya que en cuanto esos signos eran adquiridos por las clases subordinadas, éstos deberían ser reemplazados simbólicamente y materialmente a fin de mantener esta diferenciación de clases.

El fenómeno de la globalización ha dado lugar a un entrecruzamiento cultural. Para el sociólogo Jean Baudrillard, de quien tomamos la noción de sociedad de consumo, originada a partir de la expansión del sistema político económico capitalista casi a finales del S. XX. Este término remite a un tipo de sociedad, producto de las evoluciones del sistema capitalista, caracterizándose principalmente por las conductas de los individuos reorientadas a ejercer una práctica del consumo a partir de la función de signo de un producto. Esto es, a partir de la significación depositada sobre dichos

productos. La función de signo implica un valor intangible que se le atribuye a éstos en base a parámetros dictaminados por una industria, un aparato comunicacional, etc. Tomando como referencia estos supuestos y los aportes teóricos mencionados, consideramos que los consumidores se re-significan a partir de determinados productos que eligen consumir, y que los llevan a sentirse parte o no de determinado grupo.

Siendo la moda un sistema social, no lo puedo pensar como algo puramente externo sin relación. En una primera instancia, la vestimenta meramente como 'abrigo' ya establece una relación primaria con el sujeto. Pero ya en una segunda instancia, tal como lo plantea Barthes, cuando se produce la re-funcionalización, existe una reconfiguración de la noción del sentido de la vestimenta donde la moda se reafirma como creación social y herramienta de expresión del sujeto. Implica huella de paso cultural, movimiento de expresión y relación. En el acto del vestir es que un individuo se manifiesta y pone en juego los códigos que comparte o no con los otros miembros de la sociedad.

Siendo la moda un sistema (como ya se afirmó anteriormente) y sus productos de indumentaria y otras variables, los elementos que la componen, se puede decir que los consumidores toman dichos productos con su función de signo para construir su identidad re-significándose. Es así como el sistema moda provee a los sujetos de piezas-signos dispuestas a su elección que le sirven para construirse identitariamente. Vivir en una humanidad caracterizada por el ejercicio del consumo permanente, nos conduce aquí a plantearnos cómo se insertan los sujetos en este tipo de sociedad. Cuestionar la manera en que se lleva a cabo esta práctica y tomarla como un punto de partida para analizar la construcción identitaria en los sujetos componen los tópicos centrales del presente trabajo. Pensar la identidad desde una reflexión teórica como la re-funcionalización de los signos provistos por el sistema de la moda para construirse como individuos.

Tal como sostiene Umberto Eco, afirmamos que si bien un vestido sirve para cubrir el cuerpo, se puede reconocer en él todo un sistema comunicativo. El vestido es comunicación. Es así que el autor afirma: *Hay casos en que el objeto pierde hasta tal punto su funcionalidad física y adquiere hasta tal punto valor comunicativo que se convierte ante todo en signo y sigue siendo objeto sólo en segunda instancia. La moda es uno de esos casos.* (Eco, 1976:98)

En este sentido, Barthes se expresa respecto a la naturaleza del signo semiológico y sostiene que éstos poseen una sustancia de la expresión cuyo ser no se encuentra en la significación; son frecuentemente objetos de uso y es la sociedad quien los conduce

hacia la significación. En un primer momento, un signo de carácter utilitario es denominado función – signo. Una vez que ésta se impregna de sentido, cuando la sociedad se apropia de él, el signo se vuelve susceptible de re-funcionalizarse. De esta forma, aquella vestimenta que sólo servía para cubrirnos, es ahora percibida e incluso decodificada (en términos de Eco) a partir de lo que re-presenta y de lo que se puede construir - o por qué no deconstruir en base a lo que de él nos adviene.

En la instancia de significación que realizamos frente al sistema de la moda, cuando elegimos nuestras prendas, ¿es acaso nuestro cuerpo un 'nexo' con lo que conocemos como puramente social? Cómo vivir y relacionarnos con la "realidad" sino es a través del cuerpo.

Si bien comenzamos este trabajo exponiendo principios acordes al enfoque estructuralista correspondiente con la teoría saussuriana, consideramos necesario introducir los aportes de una nueva disciplina: la semiótica del cuerpo. Esta rama se propone indagar sobre el fenómeno que trae consigo el cuerpo - y a partir de éste la experiencia perceptiva - como un elemento necesario para analizar el sentido desde una mirada integral, que trasciende de lo puramente estructural y formal, como lo plantea el estructuralismo. A partir de este enfoque es que incluimos a Patrizia Violi, quien sostiene que al considerar la experiencia, el cuerpo adquiere protagonismo en la producción de sentido. Desde la estesia, es decir lo sensorial se desarrolla una multiplicidad de dimensiones desde donde los sujetos se vinculan con lo externo. Siguiendo a María José Contreras, en cuyo trabajo "Introducción a la semiótica del cuerpo" presenta los aportes de Violi: considera una base analógica indicial en el proceso interpretativo, concepción relacionada con la fenomenología, en particular con la concepción de Merleau-Ponty sobre la continuidad simpática cuerpo-mundo. Esta perspectiva fenomenológica considera la naturaleza continua de los sistemas semióticos. Violi distingue tres dimensiones dentro de esta perspectiva: la dimensión intralingüística, la dimensión cognitiva y la dimensión extralingüística desde donde se considera la experiencia arraigada desde lo corporal. Sin embargo, Contreras sostiene que para Violi, el sentido no emerge del cuerpo sino que existe una progresiva complejización y especificidad, de modo tal que la diferencia entre lo que corresponde al cuerpo y al pensamiento, respectivamente se da en grados (continuos) y no en saltos cualitativos.

Jaques Fontanille también estudia la semiótica del cuerpo, y afirma que a partir del cuerpo el sujeto puede tomar posición en el mundo desde la cual se establecen distintas tensiones. Bajo este mismo enfoque, el cuerpo puede pensarse como una 'bisagra' en el juego de relaciones en las vivimos permanente como seres sociales.

Las piezas que elegimos en el acto del vestir se convierten en signos. Nos componen como seres significantes y nos conducen inevitablemente a ser seres semióticos. No obstante, es necesario considerar que si bien existe una ejecución individual del sistema, una puesta en juego que permite combinar los elementos de la moda con cierta libertad, como todo sistema semiológico, se reconocen reglas y códigos que actúan como condicionantes al momento de vestirse, que hasta inclusive pueden obrar como factores limitantes o bien, generadores de exclusión de los individuos respecto a los cánones estéticos y culturales a los que responde la sociedad en la que se encuentra inserto el sujeto. Como lo define Eco:

los códigos son sistemas o estructuras que pueden perfectamente subsistir independientemente del propósito significativo o comunicativo que los asocie entre sí (...) Lo componen un conjunto finito de elementos estructurados en oposiciones y regidos por reglas combinatorias por las que pueden generar ristas tanto finitas como infinitas (...) Naturalmente, en las ciencias humanas semejantes sistemas se postulan o reconocen precisamente para mostrar que los elementos de un sistema pueden transmitir los elementos del otro, por estar ambos relacionados mutuamente. Eco (2000: 65)

En este nuevo punto, se reconoce un carácter de delimitación del sistema. Puede considerarse pertinente tener en cuenta que los códigos y las reglas a las que se encuentra sometido el sistema ejercen una regulación, marcando una barrera, o tal vez una frontera por medio de la cual se dividen aquellos individuos "pertenecientes a él", quienes responden a dichas reglas; por otro lado, aquellos que se reconocen "fuera" o que son reconocidos como tales por los que están dentro.

El vestido y la apariencia general descansan sobre convenciones y códigos, los cuales son de carácter sólido y están defendidos por sistemas de sanciones. Mediante éstos se induce a los usuarios a hablar el mismo lenguaje indumentario, a utilizar los mismos códigos, con el fin de incluirse en una comunidad. (Soriano 2011:14)

Ahora bien, a pesar de esta última observación respecto al carácter limitante del sistema de la moda, podemos afirmar que incluso aquellos individuos que voluntariamente eligen situarse "fuera" del sistema eligiendo no responder a los cánones estéticos que constituyen los códigos de la moda, son también seres significantes, puesto que el mismo uso que éstos realizan de los elementos que la moda provee implica un acto de significación. En este sentido, el mismo acto del vestir, implica un ejercicio a través del cual un individuo se re-significa.

Dicho acto implica elecciones. Esas elecciones responden a diversas circunstancias, no se habla en un vacío, sino en un espacio y tiempo específicos, cuyo significado puede verse alterado por cualquier cambio que se produzca en ellos. Al mismo tiempo, el acto de la vestimenta se constituye en un acto social, en el que el individuo se re-apropia de los elementos que dicho sistema le provee para crearse a sí mismo diferenciándose de los otros miembros de la sociedad, y al mismo tiempo, inscribiéndose a otros con los que se siente identificado. Es aquí donde los objetos cobran la función de signo porque se usan para comunicar algo de nuestras vidas, de nuestra personalidad, de nuestro status o lo que pretendamos ser.

Moda /sujeto/cuerpo no pueden separarse en este trabajo en tanto consideremos la hipótesis clave sostenida por la semiótica del cuerpo: la experiencia corpórea hace también al sentido. Siendo así, el cuerpo no es una herramienta ni mucho menos se puede pensar escindido ni de nuestra subjetividad ya que somos lo que sentimos y percibimos. Mucho menos puede ser apartado de aquello que nos rodea y que pensamos como externo (la realidad, lo social en fuera de nos). Al fin y al cabo, no podemos ser nosotros sin ser los otros. Calzo en mi cuerpo una prenda, una función signo re-significada, algo que ha adquirido sentido/significación/valor antropológico. Es aquí cuando hablo no sólo de mí, sino de lo que vivo, vive ese contexto donde estoy y soy, y al mismo tiempo no elijo (no llevo puesto) aquello que no soy.

Bibliografía

ECO, Umberto (1976) *Psicología del vestiré*, Barcelona, Lumen, en SAULQUIN (2004), Susana. *Jeans: la vigencia de un mito*. Buenos Aires, Nobuko.

ECO, U. (2000) *Tratado de semiótica general*, Barcelona, Lumen.

CONTRERAS, María José (2012) "La semiótica del cuerpo",

<http://catedradeartes.uc.cl/pdf/catedra%2012/maria%20jose%20contreras.pdf>

(Recuperado el 20/9/2015).

SORIANO, Jimena (2011) "Indumentaria y literatura; una fusión creativa",

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/313.pdf

(Recuperado el 20/08/2016).