
El vestido, espacio semiótico. Escrituras de moda en
tiempos de cultura audiovisual. Entre el cuerpo, los sentidos
y la imagen.

Laura López Belda
al121688@alumail.uji.es

I. Introducció

320



La conferencia inaugural de las *XVI Jornadas de Fomento de la Investigación de la Universitat Jaume I de Castelló* deliberaba a cerca de la ciencia y la investigación en tanto espacios forzosamente más abiertos y democráticos; más reales, educativos y plurales que corroboren su naturaleza social. A su vez se insistía desde el foro de la universidad, en la mediatización a la que están sujetas la ciencia y la actividad investigadora sirviendo de medio de reafirmación de un sistema global mundial que trata de legitimarse mediante los usos, aplicaciones y orientaciones de los intereses del establishment enmascarados bajo un discurso pro científico: bajo el paraguas de la ciencia se protege y se enfoca los intereses económicos y políticos de los grupos de poder. A partir de esta puntualización mercantilista y dependiente en el discurrir moderno de la ciencia se exige como imprescindible la reflexión y la concienciación de una praxis científica que integre mecanismos de control y de gestión democráticos que se dirijan a la participación social en los asuntos de la ciencia para no dejar excluidos los intereses colectivos. Una ciencia con espíritu crítico.

La aspiración democrática que acompaña el origen y fundamento de la ciencia también es una de las razones que posibilita el nacimiento de la moda que evoluciona desde un vestido-uniforme o vestido identificador de clase, como narraciones del liberalismo e individualismo que a través del vestido y la elección de una apariencia, manifiesta la capacidad y faceta humana de lo estético, de la creación, resultante de la interacción realidad que ideamos, como una proyección compleja: de la misma manera que nos preocupamos por sentirnos vitales y sanos, desarrollamos un sentido del gusto y de la belleza determinados por una complejidad mental que va más allá de lo comúnmente aceptado como decisiones racionales o lógicas. Los factores que intervienen en el proceso de la función estética, en concreto en lo relativo a la construcción de la apariencia física, no son centrales en esta argumentación aunque sí nos referiremos a los factores de índole no intelectual o racional, como determinantes en los procesos de configuración de los mecanismos estéticos, inclusive en los que influyen en la elección del vestido, del estilo y en definitiva de la creación: los factores biológico y emocionales se manifiestan como componentes decisivos y efectivos en la moda.

El vestido a lo largo de su historia ha sido reflejo de revoluciones y evoluciones sociales. El vestido trata de reafirmar la individualidad entre una colectividad que da cohesión y sentido a sus formas. Su sistema, la moda, conecta lo funcional y lo artístico. Un espacio semiótico entre el cuerpo, su envoltura como una imagen que proyectar afuera.

Una vez relacionados los principios constitutivos de las *XVI Jornadas de Fomento de la Investigación* con los procesos y proyectos de la ciencia es imprescindible para su reorientación social, promover y fomentar a la investigación humanística de los que llamamos saberes *no funcionales* como especialidades y actividades que proporcionan a la ciencia y al

avance técnico la necesaria contribución de la ética y la estética en una sociedad consciente de sí misma y con mecanismos de reflexión crítica.

321

II. Marco teórico

Presentaremos nuestro campo de investigación, el de la comunicación audiovisual, como marco general en el que se engloban los procesos, técnicas y discursos que la forma *imagen*-moda como representación visual (re)construye y (re)elabora a través de las diversas narraciones sociales. Dentro del área de la comunicación audiovisual abordamos el fenómeno de *la moda* en tanto manifestación artística, comunicación social y espacio semiótico. Apoyada ésta en la técnica y la realización cinematográfica, veremos cómo *moda* y *vestido* se transforman en elementos más allá de su sentido visual y se constituyen –especialmente ante un tipo de narrativas deconstructivas– como instancias discursivas y de significación.

Aún hoy provoca cierta sorpresa encontrarse con que la *moda* y el *vestido* son materias tratadas en congresos, comunicaciones científicas o ponencias y a priori, consideramos como una extravagancia o ligereza intelectual el incluir el fenómeno de la moda y del vestido entre los asuntos a tratar en una investigación y análisis mediante las disciplinas y metodologías propias del ámbito científico y académico.

Así lo experimenté en la defensa del T.I titulado: “*El vestido, espacio semiótico. Escrituras de moda en tiempos de cultura audiovisual. Relaciones de sentido entre representación corporal, moda y cine en El cocinero, el ladrón, su mujer y su amante, de Peter Greenaway y Kika, de Pedro Almodóvar*”, al atraer la atención y la curiosidad de algún que otro director de investigación del Máster en Nuevas Tendencias entre otros másteres.

En primer lugar quiero expresar la vinculación absoluta, tanto intelectual como vocacional que mantengo hacia los asuntos de la estética, del arte y de la cultura –como sistema de funcionamiento social– y exponer como premisa necesaria en la comprensión del objetivo de la investigación, el sesgo teórico, semiótico y radical que contienen los textos de Jean Paul Gaultier y las propuestas y procesos de *escritura* que el diseñador elabora mediante los materiales vestimentarios. Trato de manifestar la implicación política y ética del diseñador francés en el juicio estético de los textos *de moda* dentro del contexto artístico de la posmodernidad, con el que colisionan dichos relatos y como característica identificativa de ciertos textos con similar extensión crítica, así como las obras estudiadas de Pedro Almodóvar y Peter Greenaway cuyas textos se ubican en un ambiente posestructuralista –las de Greenaway absolutamente; producciones en las cuales colaboró magistralmente J. P. Gaultier construyendo la apariencia física de los personajes a través de los vestidos y estilos los cuales constituyen el objeto de mi análisis.





Esta comunicación tratará de explicar y justificar la cabida de la *moda* y el *vestido* como objeto de análisis en una investigación dentro del área de la comunicación, argumentando las hipótesis formuladas a partir de un corpus que interrelaciona la moda y el cine –enfocados como textualidades semióticas involucradas en un sistema cultural–, que través de su elaboración se propone resaltar las sinergias y la interacción semiótica entre ambos códigos, el filmico y el vestido, se establecen como *textos de la apariencia y de la envoltura* en el tejido narrativo cinematográfico. Por otro lado se demostrará que ante ciertas narrativas de la posmodernidad, la moda y el vestido subrayan el carácter deconstructivo, articulado desde su mismo discurso, fundamental y determinante para la misma construcción narrativa anti clásica del film.

Resulta importante examinar la relación de las diferentes disciplinas académicas que interfieren en el análisis de la moda así como del cine con los valores culturales que inician y perpetúan los sistemas de la moda, entre las que se encuentra la sociología, la psicología, la historia, la estética, la comunicación, la semiótica, la antropología, etc.; confrontarlas con los patrones de conducta social que producen o recrean; con las narrativas que están detrás de creaciones, estilos y tendencias que la moda desarrolla; y con las cuestiones que se generan a partir de la interpretación de la identidad corporal pensada como exterioridad física transformativa y performativa según la faceta y la situación en la que se plantea la imagen física. Esta interdisciplinariedad alude también a la economía, a la política, a la teoría del género, etc.

III. Evolución de la moda en el mundo académico

Abordemos la evolución de la moda dentro de la disciplina académica.

Cuando a mitad de los años 80 comenzaron a proliferar publicaciones relevantes dedicadas al fenómeno de la moda, ésta no era tomada en serio en el mundo intelectual y académico. Estas publicaciones asumieron un carácter pionero debido a que la mayoría de investigaciones en el campo de la moda que se habían hecho estaban encerradas en museos y métodos historicistas como la Historia del Traje, las biografías de modistos y estilistas. El estudio de la moda era dependiente de la Historia de las Artes Aplicadas y escasamente se analizaba una brillante colección o las confecciones de algún diseñador o modisto como una obra de arte. Hubo que esperar a los años 60, periodo durante el cual la solidez y el mensaje de la apariencia fue consustancial a la revolución cultural, para que cine y moda fueran abordados desde las teorías de la comunicación, el posestructuralismo, la teoría de la significación o el psicoanálisis.

La historia de la indumentaria y del gusto personal de un lado se fue definiendo y analizando como reflejo visual de la historia a partir de los estilos artísticos y tendencias del arte a los que seguía y reflejaba.



El desarrollo del vestido y de la esfera del traje se organiza, así, en una periodización de secuencias diacrónicas formuladas a través de sintagmas vestimentarios más o menos estables que se repiten con pequeñas variaciones y en evolución lenta. Paradigmáticamente se fija como un sistema cerrado en un repertorio de prendas y estilos con posibilidad de combinaciones regidas por leyes arbitrarias y no referenciales.

Conforme el vestido, el espacio de la envoltura física y la moda, el sistema en el que se organiza, van adquiriendo autonomía y capacidad de significación, de retórica en su interacción con los demás discursos culturales, la moda se constituye como *sistema modelizante del sentido*, desarrollándose como actividad no funcional de escritura y de expresión artística a partir del vestido como soporte y la proyección en una imagen de moda que se genera en relación a los demás signos culturales con los que cooperan en una construcción corporal y estética que se observa como metrónomo de las variaciones o movimientos culturales.

IV. Procedimiento

Como actividad productiva de significado, el sistema de la moda a través del vestido como soporte, es susceptible de ser analizado desde la semiótica. La obra que inaugura este modelo semiótico aplicado al vestido es la de Roland Barthes *“El Sistema de la Moda”*, sin embargo el modelo lingüístico que se prueba allí para el vestido resultó ser una interpretación meramente descriptiva a partir de textos escritos periodísticos que desvirtuaba la etiología de los procesos de construcción de sentido entorno a la envoltura del cuerpo acontecidas en una dimensión visual. Hay un tipo de mediación entre el signo y la experiencia sensorial que es inexorable tener en cuenta en el análisis de la formación del sentido que se forma en el *“el sistema de significación de la moda”*.

Ante este acontecimiento entre los sentidos y la escritura, se organiza en una categoría semiótica lo relativo al vestido. El *“cuerpo revestido”* (en términos de Patricia Calefato) comprende y designa las maneras en las cuales, a través de su dimensión visual, el sujeto establece su estar en el mundo y su estilo de apariencia. En este sentido el vestir sí es un lenguaje verbal: dispositivo para modelar el mundo, una forma de proyección y simulación.

Es producto de todas estas categorías y competencias por que lo vestido se convierte en *escritura* y es capaz de construir narraciones. Asimilando estas cualidades semióticas es artífice de modos y apariencias de la envoltura física y puede sobrecargar de sentido el vestido construyendo un discurso estético.

Estas narrativas del vestido y la apariencia física se complementan fundamentalmente por sus condiciones y características visuales y narrativas con la textualidad cinematográfica.

Si se construyen instancias de significados del *“cuerpo vestido”* insertas en la urdimbre cinematográfica, se multiplican *competencias*



intertextuales en el tejido narrativo a partir de la imbricación en él de 3 competencias o tecnologías culturales (identidad, moda y representación cinematográfica) en las que el sujeto se forma social, psicológica y estéticamente. Tres espacios en los que el sujeto mediante lenguajes culturales y procesos comunicativos reescribe el sentido del mundo del sistema modelizante.

Es a través del proceso de *escritura*, proceso de diseño y elaboración de sus propuestas, por el cual el diseñador profundiza en la imagen física para dotarla de un plus de significación a través de signos y significados compuestos narrativa y semánticamente de forma deliberada. En esta línea están abordados en la investigación, los personajes clave en la interpretación semiótica del vestido de las películas arriba nombradas: *Andrea Caracortada* en “*Kika*” de P. Almodóvar y *Georgina* junto al elenco de personajes de la *red carpet* que organiza Gaultier en “*El cocinero, el ladrón, su mujer y su amante*” de P. Greenaway.

Dada la capacidad intertextual de su contenido, los elementos estéticos que componen la imagen del “*cuerpo revestido*” en la pantalla se intercambian códigos y discursos que favorecen la complejidad significativa y estética. En relación al cine, la capacidad de significación del “*cuerpo revestido*” y la moda se magnifica.

De las narraciones que producen el cuerpo y su envoltura la cinematográfica es la más compleja dado que en su estructura confluyen 3 significantes:

- El cuerpo –lugar del sujeto–.
- El vestido –frontera y contacto con el mundo–.
- Y la pantalla –medio de percepción y visualización de la imagen corporal y lugar de confluencia entre el creador y el espectador.

Cine y Moda mantienen como referencia el sentido fundamental de la vista. La superficie de la pantalla y la del cuerpo activan una gramática de la mirada que revela los cambios y la sucesión de las apariencias.

En el contexto de la reproducción social de la modernidad, la sintaxis sociocultural es la *moda*. Hoy la moda se ha convertido en un sistema de signos en tanto sistema de comunicación de masas; como un disfrazarse cada día. Se establece como sistema que reproduce formas de percepción y sensación corporal conectadas con los relatos sociales. El principio dinámico en esferas inertes. Tensión entre la tendencia hacia la estabilidad de lo cotidiano y el impulso a la novedad y su función es dar la vuelta a los significados recibidos, expresando su posicionamiento dentro de lo impredecible.

Se reproduce como *simulacro de la existencia*; Inversión semántica y carnavalesca del cuerpo “*travestido*” que cabalga entre la ironía, la armonía y la disonancia.

El conjunto de imágenes del “*cuerpo revestido*” se produce mediante estrategias intertextuales apoyadas por varios sistemas de signos y comunicación, como el cine a partir de su capacidad potenciadora de la

sensibilidad humana a través de la complejidad de signos, discursos y formas de percepción: la moda y el cine son máquinas productoras de sentido; dos discursos sociales preocupados por la forma, el estilo y la ejecución desde el punto de vista de sus materiales; y por el tiempo, el espacio, y el cuerpo desde el punto de vista de su contenido, uso y “uniforme institucional”.

Determinadas por esta escritura semiótica, ciertas producciones cinematográficas posestructuralistas apuestan por visibilizar esta articulación lingüística y narrativa que subyace a la imagen cinematográfica y la imagen corporal como constructo.

Por la naturaleza y condición de las relaciones semióticas que se dan ante la pantalla, el proceso de escritura que se plantea para el análisis de los textos fílmicos deliberadamente articulado para potenciar estos discursos del “*cuerpo revestido*”, es un tanto experimental por la implicación de dos textualidades, el texto fílmico y el texto moda, que descubre, ante la revisión y examen de los films arriba nombrados, unas poco convencionales manifestaciones significantes.

Los elementos, códigos y discursos del vestido y del cine trabajan, se enlazan y se traban semiótica y estructuralmente máxime si la naturaleza de sus textos es no funcional o consumista. Cuando el principio que organiza dichos textos está dirigido a la producción de significación a través del “vestido”, favorecida por la plusvalía del juicio estético de la que se apropia la moda, la resultante será una narrativa cinematográfica altamente codificada, visual, retórica. Señalamos como muestra de esta modalidad de doble textualidad entre el cine y la moda, las piezas fílmicas que engloba la variedad fílmica denominada “*Fashion Film*” o “Cine de Moda”: un género híbrido en el que el peso de la narración lo lleva la imagen de moda (que distribuye e impregna a todos los demás elementos artísticos del cuadro), el cuerpo y la capacidad estética de los personajes. El festival que inaugura y cita este género es *ASVOFF: “A shaded View on Fashion Film”*. Un festival y muestra itinerante que este año celebra del 24 al 27 de Enero en el *Barcelona Caixa Forum* la réplica internacional de la edición anual del *Pompidou* en París. Su artífice, Diane Pernet lo describe como una forma de hacer moda y cine alternativa a la institucional que desafía los parámetros clásicos de éstos dos formas de representación social y estética.

Un ejemplo de esta fructífera relación significativa y artística se puede observar a partir del carácter de los medios especializados de moda. La gramática audiovisual se impone como medio óptimo de transmisión de contenidos artísticos de *moda*, de los estilos y va ver incrementada también su utilización en el sector comercial de la moda, equiparándose o superando el medio de divulgación y difusión tradicional de los medios de comunicación especializados como revistas y magazines que, desde sus comienzos a través de la ilustración y la fotografía, han evolucionado hacia la construcción de “historias de moda y estilo” a través del montaje cinematográfico digital. Menos institucional que el discurso publicitario que emplean las grandes casas de moda para vender los objetos de



consumo, que proyectan una imagen de marca, el trabajo narrativo de moda en imágenes con movimiento se decanta por la formación del sentido estético y artístico. El concepto del *Fashion Film* se opone al del discurso publicitario. El género “*cine de moda*” se estructura a partir de la capacidad estética y estetizante de la imagen del vestido, del look, del estilo y en su vertiente más comercial, se advierte como forma nueva para construir un sentido o una imagen (de la envoltura) que las revistas y espacios dedicados a la cultura visual, hoy claramente con vocación interdisciplinar, pretenden. La imagen de moda con movimiento construye una poética con características nuevas: el vestido maximiza las cualidades estéticas y productoras de ficción y se vuelve *relato* de sí mismo. Una recreación de ambientes, a modo de *environment* en movimiento, de estilos y formas enunciadas como metáforas. Apartados de la vertiente publicitaria de la moda, de los productos de consumo que gravitan alrededor de las casas de moda y sus primeras líneas, textos que se cimientan entre la pureza técnica y la finalidad comercial, con escasos minutos de duración y estructura y semántica elemental, estas piezas cinematográficas de moda, se construyen como hechos estéticos altamente anti narrativos, vanguardistas, líricos. Focos y estudios fotográficos alternados con sets y dispositivos digitales cinematográficos. La labor del cineasta, del diseñador y del esteta se combina para la realización un formato o pieza híbrida. Relatos de moda en tiempos y espacios virtuales. Estilismos y realizaciones cinematográficas. Los medios y técnicas cinematográficas se aplican a las revistas y espacios ahora multidisciplinares que transitan el espacio estético y transdisciplinar de la moda. Los estilistas y creadores dirigen a realizadores y cámaras.

Tomando como ejemplo las propuestas que diseñadores como Jean Paul Gaultier dispone para largometrajes cinematográficos, se puede decir que cine y moda se estructuran en un género artístico autónomo e independiente a las vías y tendencias comerciales de la moda, como *escrituras* de la apariencia eminentemente metafóricas y estéticas capaces de ofrecer alternativas a las narraciones de la belleza, la moda y el cine convencional.

V. Bibliografía

BARTHES, R. (2003): *El sistema de la moda y otros escritos*. Paidós, Barcelona.

BRUZZI, S., CHURCH, P. (2000): *Fashion Cultures: Theories, Explorations & Analysis*, eds Gibson, London, pag. 160-177.

CALEFATO, P. (1989): *El cuerpo y la moda*, “Eutopías”, Vol. 10, Centro de Semiótica y Teoría del Espectáculo, Universitat de Valencia, Valencia.

_____ (2003): *Moda y cine*, Instituto de Estudios de Moda y Comunicación, Valencia.

COMINGES, J. de (1991): *Del cine a la moda*, en “Celuloide de Terciopelo”, Valencia Círculo de Estilistas, Valencia.

ENTWISTLE, J. (2002): *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Paidós Contextos, Barcelona.

GAVARRON, L. (1982): *Mil caras tiene la moda*. Penthalon, Madrid.

LIPOVETSKY, G. (2002): *El imperio de lo efímero*, Anagrama, Barcelona.



