

Prácticas de sentido que emergen en la construcción de la apariencia desde el vestuario: diseño, postproducción y traducción

Sense practices that emerge in the construction of the appearance from the costume, and the post-production, which become the input so that the designer act as a translator

Artículo recibido 15/03/2015 aprobado 18/04/2015

ICONOFACTO VOL. 11 N° 16 / PÁGINAS 7 153 - 168

Autor:

Erika María Gómez Bermeo

Diseñadora de modas y textiles de la Fundación Universitaria del Área Andina. Maestría en Estética y Creación de la Universidad Tecnológica de Pereira. Especialista en Educación con nuevas tecnologías de la Universidad Autónoma de Bucaramanga. Fue docente del programa de Diseño de Modas de la Fundación Universitaria del Área Andina durante siete años. Directora del semillero de Investigación GUARDA-ROPA, adscrito al grupo de investigación ESFERAS. Investigando en la línea de Historia, contexto y cultura.

Directora de producto en el sector productivo de la marca XTON. erik8317@hotmail.com

Resumen El interés fundamental de afrontar las posibilidades de exploración investigativa del programa de maestría en Estética y Creación de la Universidad Tecnológica de Pereira se centró en la búsqueda de ejes de articulación entre el diseño de modas y las representaciones estéticas y culturales relacionadas con las opciones y preferencias en el vestuario, así como las formas de disponer el cuerpo en los espacios de interacción cotidiana. De este modo, las búsquedas se concentraron en indagar las líneas conceptuales que permitieran configurar una mirada en perspectiva estética, de la moda y los comportamientos culturales relacionados con la acción de vestirse. Estos aspectos definieron campos de indagación concernientes a la articulación de prácticas estéticas en el entramado de las significaciones propias del existir, una búsqueda en la materialidad de transformaciones del individuo, como exterioridad que se manifiesta en sus objetos, accesorios y vestuario.

Palabras clave Postproducción, estética, cotidianidad, apariencia, diseñador-traductor.

Abstract The main interest in facing the possibilities of an investigative exploration of the Master's program in aesthetics and creation offered by the Tecnológica de Pereira University focused on the search for articulation axis between fashion design and the aesthetic and cultural representations related to the options and preferences in dressing, as well as with the ways of using our body in everyday interaction spaces. Thus, the searches focused on investigating the conceptual lines that would help set up a look on fashion and the cultural behaviors related to the action of dressing from an aesthetic perspective. These aspects defined fields of inquiry concerning the articulation of aesthetic practices in the framework of the meanings of existing in everyday life; a search on the materiality of the individual's transformations, as an exteriority, which is present in their objects, accessories and clothing.

Keywords Keywords: Postproduction, aesthetics, everyday life, appearance, designer-translator.

Introducción

Las prácticas expresivas relacionadas con la elección de una indumentaria trascienden la acción de vestirse y se proyectan como dispositivos de mediación simbólica, son lenguaje no verbal llevado a las cualidades del vestuario, una sumatoria de significados en el escenario de lo cotidiano. Tal perspectiva permitió situar en un mismo nivel reflexivo el diseño entendido como creación y el sujeto como postproductor. Esto a partir de las posibilidades de encontrar los aspectos expresivos que se tejen en la configuración estética de la práctica del vestir y de la visibilización de los procesos de apropiación, ensamblaje e hibridación que proyectan los individuos en los espacios de interacción cotidiana.

En el desarrollo metodológico de la propuesta, se seleccionaron cuatro personas de diferentes perfiles, con el fin de ahondar en su configuración de mundo, teniendo elementos diferenciadores en las elecciones indumentarias. Desde una perspectiva estética, permitió evidenciar, no sólo las elecciones de tendencias o marcas particulares, sino fundamentalmente los aspectos sensibles que marcaban sus preferencias, los imaginarios que atravesaban sus decisiones y las formas de representarse simbólicamente ante los otros en los espacios de interacción cotidiana.

Teniendo en cuenta lo anterior, el trabajo reflexivo no sólo busca realizar una caracterización de categorías estéticas, sino una hermenéutica y semiótica del lenguaje, al tiempo que facilita proponer una mirada estética alrededor de los atuendos, los accesorios y los objetos que terminan siendo una prolongación del cuerpo.

A partir del análisis de cada uno de los factores anteriormente mencionados, se identifican las significaciones que emergen en la construcción de la apariencia desde el vestuario, de los procesos de postproducción, que se convierten en insumo para que el diseñador actúe en su rol de traductor.

Puede asumirse el diseño como una manera de codificar el lenguaje del individuo, un mecanismo de transición entre las expectativas e inquietudes humanas y el mundo material en el que se desenvuelven. Diseño será pues, un vehículo que permite la interacción permanente del ser humano con el mundo, un lenguaje codificado y un medio para la exterioridad del sujeto.

Al asumir el diseño como traducción, la tarea del diseñador radica en captar el sentido, la experiencia y develar las diferentes miradas estéticas que rodean su contexto, y posteriormente establecer la relación que existe entre el individuo, su cuerpo, sus objetos y su contexto, una relación que se desenvuelve en el universo simbólico de lo material.

Este entramado de relaciones se evidencia al aproximarse a la manera en que los individuos desde la postproducción, en su propia experiencia, construyen significado a partir del cuerpo en función del vestido, logrando que desde lo privado, el individuo se "piense" y exprese su reflexión, para disponer su cuerpo y su intimidad a la circulación de su estética en la teatralidad cotidiana.

En la recolección de la experiencia, el punto de partida fue la posibilidad de entender cómo en la mirada del cuerpo, la relación de éste con el movimiento y su gestualidad, se concentra otra parte importante de los insumos necesarios para que el diseñador, en su función de traductor identifique y haga visibles las manifestaciones simbólicas, sociales y culturales que conllevan a crear sentido en la construcción de la apariencia.

Hacia la comprensión estética

La perspectiva del presente trabajo permite entender que el diseñador debe llegar a una comprensión de los aspectos constitutivos de las preferencias de los individuos, con el fin de generar una conexión entre las significaciones de los sujetos en el momento de construir su apariencia y a partir de esto observar las relaciones entre preferencias, consumo y gusto que los llevan consciente o inconscientemente a la moda. Para realizar un acercamiento a entender esas fuerzas motivacionales de las estéticas,¹ se seleccionaron cuatro de ellas, las cuales, a partir de la observación de los códigos identitarios iniciales, se nombraron de la siguiente manera: garbo recolector: Raquel / Armonía cromática: Dani / Trilogía corporal: Carolina / Perfecta hibridación: María

¹ Asumiendo estéticas como la interrelación del cuerpo con el espacio en que se proyecta y el movimiento que le permite asumir la configuración de su apariencia por medio de prácticas cargadas de sentido.

En estas estéticas se puede ver el resultado de intencionalidades individuales en la resignificación de objetos y modas procesarlos y configurarlos en un estilo propio. Esto se puede describir como postproducción, entendiendo este concepto como la adherencia al cuerpo de la sumatoria de cada una de las preferencias, sin importar de dónde vengan, ya sea de la copia de la imitación y de la adaptación de cada uno de los códigos transformables del entorno, los cuales en cada ser dan una sumatoria diferente y, por ende, es donde se ve reflejada la individualidad.

Esta inferencia del análisis de dichas configuraciones de "los gustos y las preferencias" acerca al diseñador a observar desde una perspectiva estética al sujeto como un usuario que, además de ser un consumidor, llega a ser un postproductor². Desde la postproducción de los usuarios, y su deseo de expresión, resulta oportuno resaltar que en las operaciones de consumo es posible ubicar las opciones de individuos que hacen parte de grupos, que cohabitan en una diversidad cultural que se hace visible en la cotidianidad.

Configuración de la manera de aparecer

Manifestaciones culturales

Teniendo en cuenta los aspectos expresivos de las cuatro configuraciones estéticas propuestas, el trabajo intenta identificar cada uno de los espacios en donde estos individuos ponen a circular su apariencia, se analizan las emociones estéticas basadas en la humanización de los comportamientos comunes y de su percepción de valores y ritmos.

Tales marcos pueden ser la percepción de comodidad, incomodidad, los condicionantes olfativos, visuales, auditivos, entre otros, con que cohabitan dichos sujetos y van adquiriendo ciertos códigos que poseen una doble presencia significativa, tanto en el universo biológico, como en el universo social.

Con relación a lo anterior, la percepción de comodidad, por ejemplo, en el vestuario, varía de acuerdo con los grupos sociales, ya que cada individuo carga una serie de imaginarios que influyen en sus percepciones. Son las normas sociales definidas por el contexto, las que así lo prescriben, pero los individuos lo postproducen culturalmente. Los movimientos de su cuerpo se van adaptando al vestuario, las coreografías marcadas en cada una de las relaciones entre cuerpo, tiempo, espacio, permiten al individuo identificarse, incluirse o excluirse a determinado grupo.

² La noción de postproducción, como lo plantea Nicolás Bourriaud es *la utopía se vive hoy en la subjetividad de lo cotidiano, en el tiempo real de los experimentos concretos y deliberadamente fragmentarios* (2006, 54). Es la adherencia de prácticas que están relacionadas con la reutilización, donde se inserta un trabajo en el de otros, y se carga de nuevos sentidos.

Teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, el concepto de "gusto" (Valeriano, 1999, p 12) se relaciona con los juicios de valor propios. Es decir, se puede entender el gusto como una construcción cultural y como tal contiene en sus exteriorizaciones los códigos, las normas y las valoraciones compartidas por un grupo, el cual también se encuentra influenciado directamente por las generaciones precedentes y contemporáneas.

Nos encontramos bajo la atmósfera de una amplia gama de gustos, ya que cada uno surge de una representación inmediata, donde lo predicado no es una cualidad objetiva, es allí donde la belleza se percibe a través de la configuración de mundo que posean los individuos y su legitimación en diferentes grupos sociales.

Pero es solo desde la construcción de mundo del individuo donde se puede responder a esos juicios de valor, y la percepción de belleza la construye cada uno de los grupos mencionados, sin ser el diseñador el indicado para responder a dichos juicios, pues son los sujetos quienes buscan aceptación, distinción y reconocimiento desde el momento en que se encuentran inmersos en dichos grupos sociales.

A partir de estos grupos, los sujetos empiezan a generar sentido en la búsqueda por construir su apariencia desde el gusto individual y colectivo que da paso a las particularidades, y es allí donde surgen ciertas fijaciones denominadas, en un término más coloquial, como "rayas"; cabe resaltar que el matiz de esta palabra no guarda relación con una condición despectiva o patológica, como una especie de desajuste en el juicio, sino que busca nombrar el impulso en el que se configuran las nociones de individualidad, el factor diferencial, los rasgos particulares de representación y construcción simbólica.

Es muestra de un rasgo particular de construcción simbólica, es decir, de una "raya" lo que enuncia el individuo de la estética "armonía cromática": "A mí no me gusta repetir ni color, ni la ropa. Si yo hoy me puse esta ropa, prácticamente no me la vuelvo a poner junta, no es que nunca me vaya a volver a vestir así, pero, por ejemplo, la próxima vez que me la ponga, la usaré con otras sandalias, o me hago un peinado diferente, o me maquillo, para que se vea diferente todo, porque no me gusta verme igual". Dani, 22 años.

Es importante para el diseñador –traductor escuchar y observar cómo los individuos se piensan en dichas preparaciones para aparecer; por lo tanto, en la siguiente matriz se puede evidenciar gráficamente la recolección de los 4 sujetos en los factores culturales identificados:

Factores sociales: la relación con el otro

Si el sujeto se prepara para aparecer ante los demás, es decir, se viste y decora para el otro, en el momento en que es inmerso en un grupo, cada individuo se mueve en unas tensiones entre homogeneidad, diferenciación e imitación, en efecto aparece

el concepto “distinción” de Pierre Bourdieu (1976,p 39) como parte fundamental de la dinámica de los sujetos en la construcción de su apariencia.

La noción de distinción se abordó, en este caso, desde las prácticas indumentarias, corporales y gestuales de los individuos y no desde una categorización de las clases sociales. Desde allí es donde empiezan a disponerse signos legítimos de distinción de acuerdo con las particularidades de cada una de estas microculturas antes mencionadas, y se observa que las acciones representativas personifican una cultura y las acciones identitarias se dan cuando cada uno de los individuos se apropia y se identifica con ellas.

Estas acciones codifican y clasifican, por medio de transmisiones culturales ya sean familiares o sociales, los diferentes “capitales”; la palabra capital, según Bourdieu (1976), no necesariamente tiene una connotación económica. En el contexto de este trabajo, esta noción posee un énfasis marcado que conlleva a plantear que estos capitales van ligados a un sistema de preferencias, de parentesco cultural o de discusión de agrupamiento cultural que se da en el marco de la elección de la preferencia.

El capital estético podría hacer referencia a la posesión de relaciones del cuerpo con el espacio, por la proyección a los otros de su apariencia, estos reflejos de la imagen del cuerpo vestido, intervenido, se piensan desde los signos legítimos de distinción. “Soy el que primero tengo los objetos de moda, o el que modifico mejor mi cuerpo, o soy un referente cuando me visto para los demás”. “Mi apariencia causa admiración, percepción de arbitrariedad”, es decir cada una de las prácticas de sentido van intencionadas hacia la manera de aparecer.

Es evidente, entonces, que el sujeto se incorpora fácilmente y en ocasiones de manera inconsciente en cada una de las microculturas a las que se adapta su cuerpo y busca contenidos simbólicos para su existencia en dicho grupo, donde emerge constantemente un posicionamiento social de distinción.

De acuerdo con cada una de las significaciones e imaginarios, se observaron los gustos individuales y colectivos, además se intentó captar esos signos legítimos de distinción, las tensiones entre pertenecer y diferenciarse que emergen en cada grupo. Por ende, consumen significados, algunos decodificados en productos, los cuales al convertirse en objetos de deseo empiezan a ser parte de un comportamiento que responde a ciertas temporalidades, pero que por el afán de novedad, dejan de ser consumidos, es decir, la moda juega un papel fundamental en múltiples aspectos de la vida cotidiana.

El capital estético podría hacer referencia a la posesión de relaciones del cuerpo con el espacio, por la proyección a los otros de su apariencia, estos reflejos de la imagen del cuerpo vestido, intervenido, se piensan desde los signos legítimos de distinción.



Grafico 1: Comparativo universo social. Elaborado por el autor del artículo.

Postproducción

El concepto de postproducción se abordó desde la óptica de Nicolás Bourriaud, teniendo en cuenta la sumatoria de prácticas que van ligadas al reciclaje, las cuales responden a la multiplicación de la oferta cultural. Bourriaud (2009). Si bien en el arte de la postproducción se inserta un trabajo en el de otros, y se pretende abolir la diferenciación entre la producción - el consumo, la creación - la copia y finalmente el *ready made*- obra original, así mismo esto se puede dar en las prácticas cotidianas de la construcción de la apariencia que cada uno de los sujetos elabora sobre sí mismo.

“Cuando veo alguien con una ‘pinta’ como chévere, yo pienso: ‘Qué tengo yo en la casa, que se podría ver así’ no en un intento de copia, sino que es algo que me llama la atención. Entonces yo llego a mi casa y veo dentro de lo que yo tengo cómo puedo crear mi propio atuendo”.

Esto significa que dichos sujetos incluyen dentro de su *performance* cotidiano un diálogo entre lo que perciben de los medios de comunicación en el entorno y en los referentes que tienen de moda, y a partir de ahí retoman segmentos de lo que ya se encuentra establecido para configurar su propia manera de aparecer.

Este concepto fue fundamental en la recolección de la información, ya que permitió que las entrevistadas tuvieran un tiempo para pensarse, y que hicieran una especie de retrospectiva en el día a día, para hallar en cada una la manera como postproduce su apariencia y estos dos son ejemplos de ello: “Cuando veo alguien con una ‘pinta’ como chévere, yo pienso: ‘Qué tengo yo en la casa, que se podría ver así’ no en un intento de copia, sino que es algo que me llama la atención. Entonces yo llego a mi casa y veo dentro de lo que yo tengo cómo puedo crear mi propio atuendo”. María, 30 años.

Cada individuo en su deseo constante de novedad, más que crear su apariencia de la nada, utiliza lo dado, y como plantea Bourriaud: “Es tratar de inventar protocolos de uso para los modos de representación y las estructuras formales existentes” (Bourriaud, 2009, p.13). Si se aplica esto a la práctica de vestirse para aparecer, dichos protocolos de uso, nos muestran que constantemente se van construyendo significados.

El estado del ser para proyectarse al otro

Del aparecer hacia la intimidad

El sujeto se mueve influenciado por referentes, a los cuales se encuentra expuesto y denota sensibilidad frente a ello, es en donde las tensiones entre pertenecer y diferenciarse responden también a un estado del ser, el cual elabora su proyecto de vestuario diario, para moverse en la frontera del yo y los demás, para convertirse en el punto de encuentro entre lo íntimo y lo público.

En la búsqueda por entender dicho punto de encuentro en las preferencias de los sujetos caracterizados, se abordó el concepto de “intimidad”, desde la perspectiva que propone (Pardo, 1996, p. 23). Este autor, inicialmente, retoma tres conceptos que cotidianamente suelen usarse como uno solo, dándole significado: individualidad, identidad y privacidad.



Gráfico 2: Comparativo universo individual. Elaborado por el autor del artículo.

Para empezar con la diferenciación entre estos tres conceptos se da lugar a la individualidad, como el proceso de reconocimiento de la subjetividad, y está compuesta por un yo, un mí y un sí mismo, y estos a su vez interactúan entre sí, para construir su individualidad. Por lo tanto, la intimidad no hace referencia a individualidad, ya que se reconoce al “otro” como el que ayuda a construir la intimidad, es decir, que la comunidad es la que marca las pautas para que cada individuo sea él mismo.

Ese momento en el que estamos frente al espejo y pensamos nuestro proyecto de vestuario diario, es cuando consciente o inconscientemente pensamos en los demás, en cómo se proyectará nuestra apariencia ante ellos y es interesante observar todas las estrategias que se van creando para hacerlo, como por ejemplo esta: “Siempre, yo saco la ropa y le digo, ¿Será que esto si me queda bien mañana?, O muchas veces por la noche, cuando no estoy tan segura de lo que me voy a poner al otro día, me pongo la ropa por la noche, y puedo bajar diez veces a mirarme al es-

pejo del baño hasta que me sienta totalmente cómoda con lo que me voy a poner". María, 30 años.

El segundo punto por diferenciar es la identidad, término que según Pardo, es una categoría que se encuentra en permanente construcción de acuerdo con un contexto social y cultural específico, cada individuo posee un sí mismo que lo hace único e irreplicable, pero que se va agrupando según las semejanzas que se encuentren en los comportamientos estéticos y finalmente cada grupo comunica esos rasgos de identidad.

Por ende, mientras que la privacidad alude a la espacialidad, la intimidad está vinculada a un estado del ser, o sea que para que un individuo haga uso de su intimidad (tener la capacidad de inclinarse hacia algo), no necesariamente debe estar en un espacio a solas, pues la intimidad no tiene intereses con los demás, simplemente comparte, se abre hacia el otro y expresa su sí mismo, por medio de cada una de sus elecciones individuales, las cuales se traducen en preferencias intencionadas.

Estas preferencias intencionadas giran cíclicamente, desde la construcción diaria de la apariencia cotidiana, donde el sujeto realiza la práctica de "vestirse", es decir, el inicio de su teatralidad. Como lo indica Emanuele Coccia (2011):

Un vestido es ante todo un cuerpo. En cualquier vestido hacemos experiencia de un cuerpo que no coincide con nuestro cuerpo anatómico. Vestirnos significa siempre completar nuestro cuerpo, agregar a nuestro cuerpo anatómico un espesor ulterior, hecho de objetos y materiales más variados, cuyo único fin es el de hacernos aparecer.

Es por esta razón que en la preparación de ese cuerpo para ser observado y correlacionarse, existe un diálogo donde los juicios de valor juegan un papel fundamental en cada una de las preferencias, esto es, se tiene un objetivo principal y es el cuerpo.

Cabe agregar que en la construcción de la apariencia, la intimidad, ese estado del ser, tiene una relación profunda con el espejo, o con el reflejo de sí mismo frente a un objeto; para lo cual el sujeto entra en un permanente deseo de modificar, decorar, embellecer, poner olor, entre otros, a su cuerpo y generar una producción de apariencias sensibles para verse y ser vistos. Ya que en el espejo están muchos de nuestros juicios de valor, y es en la imagen reflejada donde cada una de las micro culturas se identifica, se aliena, busca diferenciarse y entra en el juego de tensiones por parecer único e irreplicable, pero sigue las prescripciones de los modelos constructores de subjetividades.

El diseñador como traductor

Cuando se habla de construcción de significados y sentidos en donde la perspectiva del diseño enfocado al análisis y resolución de un problema que se encuentra ubicado en determinado contexto, y permite en el aspecto formal la creación de

objetos que respondan a necesidades determinadas por el usuario, conlleva a cuestionar lo que entendemos por necesidad, ya que más que requerimientos formales y estilísticos, permiten entender que los individuos cada vez más velan por percibirse únicos e irrepitibles.

Como lo plantea Adolfo León Grisales (2014, p 21), "asistimos a una nueva forma de pensar, volcada hacia lo singular, hacia la sensibilidad, hacia el espacio, ahí se nos muestra en toda su verdad el diseño". A partir de esta nueva forma de pensar, el diseño vela por la constante búsqueda de los individuos por encontrarle sentido a cada una de sus prácticas, o por entender esos sentidos inmersos en ellas, que de alguna manera, ya sea consciente o inconscientemente, cohabitan en un contexto donde la multiplicidad de estilos permite que cada vez más la posibilidad de que la toma de sus decisiones de uso puedan o no estar influenciadas por la configuración de las tendencias, pues es él quien lee y se apropia las opciones que ofrece el mercado.

Las implicaciones de asumir el diseño como traducción radican en la idea de que la tarea del diseñador es escudriñar, captar el sentido y develar. Así, el diseñador es uno de los actores que capta la experiencia, y establece la relación que existe entre el individuo, su cuerpo, sus objetos y su contexto, ya que cada uno de estos factores habla por sí solo y es en su hilatura donde se encuentran las significaciones.

De esta manera el diseñador- traductor relaciona todos los factores donde inicia la comunicación, es decir, el diseñador ante todo "se comunica" (no solo comunica algo con los objetos que crea, sino que escucha lo que los objetos le dicen) las cosas, los cuerpos, los movimientos, los trayectos, las prácticas nos hablan, se expresan y se hablan entre ellas. Es entonces indispensable entablar diálogos con ellas, escucharlas, verlas, leerlas y entenderlas.

Por tal razón se retomó la propuesta de Adolfo León Grisales, en el sentido de que para

abordar un problema de diseño es a partir de la idea de que las cosas están vivas, de que tienen espíritu propio, carácter, personalidad, de que no están solo para servirnos sino para acompañarnos, y la tarea consiste en cómo crear nuevas amistades o establecer amistades rotas, entre nosotros y las cosas o entre las cosas mismas. (Grisales, 2014, p.12).

Es el interés del presente trabajo indagar, desde la configuración de la apariencia, cómo estas cosas vivas hacen parte de las prácticas de sentido, y a partir del vestuario cómo se relacionan con el individuo y qué sentido se les da. El vestuario es una segunda piel que posee capas de significados, que se materializan a través de la yuxtaposición de cada una de las piezas que componen la construcción de la apariencia del sujeto, en donde de alguna manera la legitimización de dichos códigos o significados hacen parte de una cultura. Como lo menciona Fernández (2003,

p2) "Al vestirnos, preparamos nuestro cuerpo para el mundo social; por medio de la ropa que elegimos y su combinación creamos discursos sobre el cuerpo: aceptable, respetable, deseable, violento o abyecto". Esto implica que el vestuario es una herramienta social, que construye significados permanentemente.

Algunas de esas piezas que componen la construcción de la apariencia son los complementos o accesorios, que aunque se llevan sobre el cuerpo o suspendidos de él, construyen significados que son en algunos casos complejos, y es a partir de la interpretación de cada una de estas culturas, donde aparecen estructuras conceptuales según Clifford Geertz en la *Descripción densa*, en donde no solo se debe encontrar la manera más ingeniosa para captar dichos entramados y significaciones, sino que también se deben explicar.

De acuerdo con lo anterior, planteado por Geertz, se entiende la cultura como sistema de interacción de signos interpretables, por lo cual, es fundamental interrogar sus sentidos y el valor de cada una de sus prácticas, y al dejarnos decir cosas de las cosas y no conducir por una línea preestablecida lo que queremos develar, nos damos cuenta de que son las cargas de sentido de cada uno de los individuos las que nos permiten ver el camino inicial, el cual, en este caso, le abre al diseñador, en tanto traductor, un universo de sentido para quien está atento a captar, a percibir y saber qué hacer con la información, ya que obtenerla y no entenderla, entenderla y no proyectarla de una manera asertiva con el entramado de relaciones a las cuales pertenece, es lo mismo que nada.

El diseñador de vestuario, más que crear objetos, crea significados, interviene imaginarios, esto lo logra a través de entender el proceso comunicativo del textil con la piel, de la manera de ingreso del cuerpo a la prenda, de la estructura del objeto con el cuerpo y sus significaciones de uso, en cómo se piensa el individuo para aparecer ante los demás, para definir el largo, el ancho, lo ajustado, es decir "el diseñador es alquimista, pero entendiendo que el alquimista no es apenas alguien que busca como llenarse de oro, lo que el persigue es la fórmula para transmutar la materia bruta en algo noble" (León, 2014). Por tanto, de nada le sirve al diseñador obtener la información y no saber qué hacer con ella, almacenarla sin procesarla, porque construir el objeto que será motivo de deseo, no lo será si este carece de sentido.

Cada individuo se convierte en recolector de códigos y como resultado de esta recolección y apropiación van construyendo su identidad, al poner a circular su estética desde la legitimación de objetos que los seducen y convencen a través de las fuerzas motivacionales que incitan a querer poseer algo y que construyen las relaciones y afectividades hacia dichas prácticas y objetos. El diseñador se encuentra en un punto donde la creación parte de comprender esas fuerzas motivacionales de las preferencias de las estéticas y de la construcción de sentido de cada una de ellas, que por consiguiente terminan develando factores

de apropiación cultural que no están establecidos en los códigos convencionales o que simplemente pasan desapercibidas ante los demás, pero que van creando poco a poco otras convencionalidades.

Tal disposición transita por la tensión entre la intimidad y la exterioridad, pues cada uno sabe delante de su guardarropa o espejo quién quiere y no quiere ser, además, dichos individuos se encuentran en el conflicto entre uniformidad, diferenciación e imitación, y cada uno va retomando de diferentes espacios, objetos, posturas, gestualidades, modificaciones corporales, entre otros, y los adapta a lo que quiere mostrar en su teatralidad cotidiana.

El proceso de traducción se realiza a partir de que el diseñador- traductor, indaga y analiza las matrices de cada una de las particularidades de los sujetos, desde la cotidianidad de los factores culturales, sociales, individuales y de preparación para aparecer ante los demás; logra comprender la forma de preferencialidad del sujeto, no solo desde informes especializados de tendencias, sino también desde individualidades que posteriormente pueden llegar o no a ser tendencia.

La propuesta radica en que nuestras "fijaciones o rayas" son la clave para entender las opciones de uso, son el punto de partida para reconocer y segmentar cada una de las estéticas. Son las fijaciones una muestra clara de las relaciones y construcciones de sentido que se generan a partir de la relación del cuerpo, sus modificaciones y los objetos que lo rodean. Es allí donde se encuentran las repeticiones de las prácticas de la construcción de la apariencia, las que alteran la cotidianidad, las que son inconscientes o consientes, las que llevan a obedecer los patrones construidos por cada individuo.

Cabe resaltar que el ámbito de la preferencialidad es producto de un universo social y cultural, es uno de los ejes centrales de la configuración de mundo y de las percepciones de gusto que se poseen. Es decir, el resultado de cómo y por qué se toman las opciones, radica en la relación del gusto con el cuerpo y el contexto.

En efecto, dichas opciones se van repitiendo hasta convertirse en una prescripción interna del sujeto y su reflejo, en donde él mismo da las pautas para que el itinerario diario de la preparación de su cuerpo responda a percepciones individuales: cómo se quiere ver cada día, cómo se quiere sentir, contexto, actividades por realizar, personas a las que se va a encontrar, su estado de ánimo, los rituales de cuidado del cuerpo, decoración del mismo, qué se esconde o se muestra de él, en qué situación y por qué, cómo se ve en el espejo y define que está bien o no para el tipo de corporalidad que se posee, de dónde surge este juicio de valor que le da la autoridad para la selección del vestuario, accesorios, calzado, peinado y cuáles son sus significaciones, entre otros interrogantes.

Dichos interrogantes implican observar el cuerpo y su relación con el movimiento, reconociendo que es formas estéticas como la gestualidad donde se con-

centra otra parte importante de los insumos necesarios para que el diseñador-traductor capte esas señales que comunican en silencio, pero que hablan claramente.

El frente es el yo social, el posterior está relacionado con lo que no se tiene control, en la parte superior está el rostro que con tan solo un pequeño movimiento muscular habla y es entendido porque proyecta ciertos códigos establecidos culturalmente. Por ejemplo, de acuerdo como se mueva la boca y en qué dirección lo haga, se puede comunicar algo positivo o negativo, se puede señalar a alguna persona, burlarse, admirar, entre otras. Por lo tanto, acciones como el caminar, la manera de mover las manos al hablar, de tocarse el cabello, hasta la gestualidad más insignificante se convierte en insumo para que el diseñador, logre entrar en la configuración de mundo de cada uno de los individuos.

Si la tarea del diseñador es desocultar (León, 2014), y establecer relaciones desde los factores anteriormente mencionados, no basta solo con relacionar y entender que los objetos hablan, sino que se complementan con un "contenido", un fondo, un objetivo comunicacional y funcional de cada uno de los objetos, es decir, que desde la fijación de cada uno de los sujetos se pueden entablar finalidades y en efecto entraría el segundo momento del diseñador, que es decidir, juzgar y valorar; no desde un ámbito personal, sino desde la perspectiva estética de cada individuo.

Conclusiones

El objetivo central de este proyecto de investigación-creación fue abordar desde una perspectiva estética, la moda y los comportamientos culturales relacionados con la acción de vestirse. Tal objetivo permitió un acercamiento a la manera como un grupo particular de personas postproduce y construye patrones alternativos en la disposición de los objetos, accesorios y vestuarios que configuran su apariencia; esto como resultado, a su vez, de la articulación de cada una de las construcciones de mundo, en las que intervienen, factores sociales, culturales y biológicos que poseen y rodean su configuración como individuos.

Estas posibilidades se evidencian desde la acción adherente de envolver el cuerpo en una amalgama de preferencialidades, que se extraen de cada uno de los códigos transformables del entorno y que permiten que esas intencionalidades reflejen la individualidad, la cual, en su búsqueda, va generando tensiones entre la imitación, el contagio y la postproducción.

El presente trabajo encuentra un punto de llegada, en el cual el sentido y el significado estético de la indumentaria no se encuentran en el vestido como objeto de diseño, sino en la práctica de "vestirse", la cual dispone un cuerpo envuelto en capas de significados, cargado de sentidos, que se prepara para mostrarse diariamente, lo que permite al diseñador ubicar como insumo principal al sujeto como postproductor y encontrar las significaciones que se tejen en la configuración

estética de la práctica del vestir que se materializa en los procesos de apropiación que reflejan los individuos en sus trayectorias cotidianas.

Los hallazgos se situaron en reconocer y analizar la posición de dos actores estructurales en la configuración de la apariencia, una el sujeto postproductor y otro el diseñador como traductor.

A partir de la postproducción, el individuo realiza un proceso de lectura, seguido de un proceso de uso y finalmente de apropiación, y es el diseñador quien capta los entramados simbólicos, no tanto para crear objetos, sino para establecer relaciones (él es quien relaciona) entre el objeto, el cuerpo y sus significaciones de uso, ya que es indispensable comprender que el individuo se conecta con el objeto y establece relaciones de afectividad para posteriormente pasar por el proceso de apropiación.

El diseñador establece estas relaciones y las evidencia a través de la comprensión de las fuerzas motivacionales de las preferencialidades, para generar una conexión entre las prácticas de sentido que emergen al vestirse y a partir de esto observar las relaciones entre preferencias, consumo y gusto que los llevan consciente o inconscientemente a prácticas culturales que obedecen a temporalidades tales como la moda.

Como resultado se concluye que desde el diseño de vestuario, se puede llegar a una interpretación de las preferencias de las estéticas emergentes en cada uno de los contextos donde cohabita el diseñador y el individuo, para posteriormente "traducir", y poner a circular de nuevo el significado de ciertas opciones. Que no solo se dan desde el producto como tal sino a partir de la disposición de cada uno de los individuos desde su cuerpo para cohabitar con otros estilos; por lo tanto, se reconoce el diseño como una manera de codificar el lenguaje del individuo siendo el vehículo que permite la constante interacción de este con el mundo, un lenguaje codificado y un medio para que el individuo se proyecte ante los otros.

Referencias

- Barbero, J. (2003). Ponencia. *Medios y culturas en el espacio latinoamericano*. Revista Cooperación Cultural Euroamericana. Sevilla.
- Baudrillard, J. (1974). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras*. Ed. Plaza y Janes, Barcelona.
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción, criterio y base sociales del gusto*. Editorial, Taurus, Madrid.
- Bourriaud, N. (2009). *Postproducción: La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo*. Buenos Aires: Editorial: Adriana Hidalgo.
- Brea, J. (2006). *Estética, historia del arte, estudios visuales*. Estudios visuales, 3, Recuperado de: http://www.estudiosvisuales.net/revista/pdf/num3/brea_estetica.pdf.
- Coccia, E. (2011). *La vida sensible*. Buenos Aires: Editorial Marea.
- Delgado, M. (2002). *Estética e infamia, de la lógica de la distinción a la del estigma en los marcajes*

culturales de los jóvenes urbanos. Universitat de Barcelona Institut Català d'Antropologia. Barcelona.

Dorfles, G. (1975) *Del significado a las opciones*. Barcelona: Editorial Lumen. Duque, F. (1986). Filosofía de la técnica de la naturaleza. Madrid: Editorial Tecnos.

Durkheim, E. (1956). *Las reglas del método sociológico*. París: Presses Universitaires de France.

Entwistle, J. (2002). *El cuerpo y la moda, una visión sociológica*. Barcelona: Editorial Paidós.

Erner, G. (2010). *Sociología de las tendencias*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili. Erner, G. (2010). Víctimas de la moda: cómo se crea, por qué la seguimos. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Fernández, C. (2013). *De vestidos y cuerpos*. Medellín: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

Fernández, C. (s.f.) Ponencia: Estéticas Urbanas. Museo de Arte Moderno de Medellín- UPB, Medellín.

Foster, H. (2001). El artista como etnógrafo, en: *El retorno de lo real. La vanguardia a finales del siglo*. Madrid: Akal.

Foucault, M. (1968). *Las palabras y las cosas, una arqueología de las ciencias humanas*. Argentina: Siglo XXI Editores.

Gadamer, H. (2001). *Estética y hermenéutica*. Madrid: Editorial Tecnos. Geertz, C. (1992). La interpretación de las culturas. Barcelona: Editorial Gedisa.

Geertz, C. (1992). *"La Interpretación de las culturas"* 1992 Editorial Gedisa, Barcelona, 1992.

Grisales, A. (2014). *Diseño y sociedades de conocimiento: Hacia una antropología del diseño*. Conferencia presentada en el IV seminario central de facultad de la Fundación Universitaria del Área Andina. Pereira.

Gutierrez, N. (2009). *La intimidad como un elemento articulador de las dimensiones del habitar*. Trabajo de grado Maestría en Habitat. Universidad Nacional de Colombia sede Medellín. Medellín.

Horta, A. (2012). *Trazos poéticos sobre el diseño*. Manizales: Editorial Universidad de Caldas.

Joseph, I. (2002). *El transeúnte y el espacio urbano*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Leroi-Gourhan, A. (1972). *El gesto y la palabra*. Caracas: Editorial Universidad Central de Venezuela.

Lipovetsky, G. (2004). *El imperio de lo efímero, la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Editorial Anagrama.

Pardo, J. (1991). Sobre los espacios, pintar, escribir, pensar. Barcelona: Ediciones del Serval.

Pardo, J. (1996). La intimidad. Valencia: Editorial Pre-textos.

Rancière, J. y Jaar, A. (2008). *La política de las imágenes*. Santiago de Chile: Editorial Metales Pesados.

Valeriano, B. (1999). *El gusto*. Madrid: Editorial Visor.

Vásquez, A. (2005). La moda en la postmodernidad. Deconstrucción del fenómeno "fashion". *Nómadas*. 11.