



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y

CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN

TEMA:

**“LAS ESTÉTICAS DE LA MODA EN EL CINE: EL CASO DE YVES
SAINT LAURENT”**

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación

AUTOR:

Génesis Edith Tipantasig Bombón

TUTOR:

Leonardo Xavier Brito Alvarado

Ambato – Ecuador

2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En calidad de tutor del Trabajo de Investigación del tema: “LAS ESTÉTICAS DE LA MODA EN EL CINE: EL CASO DE YVES SAINT LAURENT” de la estudiante Génesis Edith Tipantasig Bombón, de la Carrera de Comunicación, de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato, considero que dicho trabajo de graduación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a Evaluación del Tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Ambato, 21 de julio de 2022



Firmado electrónicamente por:
LEONARDO XAVIER BRITO ALVARADO

Leonardo Xavier Brito Alvarado
TUTOR

AUTORÍA

La información emitida en el trabajo de investigación: **“LAS ESTÉTICAS DE LA MODA EN EL CINE: EL CASO DE YVES SAINT LAURENT”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y recomendaciones son de responsabilidad de la autora.

Ambato, 21 de julio de 2022



Génesis Edith Tipantasig Bombón

C. I. 1805302591

AUTORA

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi tesis, con fines de difusión pública, además también apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga fines lucrativos, y además se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, 21 de julio de 2022



Génesis Edith Tipantasig Bombón
C. I. 1805302591
AUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado APRUEBAN el trabajo de investigación sobre el tema: “**LAS ESTÉTICAS DE LA MODA EN EL CINE: EL CASO DE YVES SAINT LAURENT**”, presentado por la señorita Génesis Edith Tipantasig Bombón, de conformidad con el reglamento de Graduación para obtener Título de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato..... del 2022

Para constancia firman

.....
PRESIDENTE/A

.....

Miembro del tribunal

.....

Miembro del tribunal

DEDICATORIA

A mi madre, Rosa que no cede.

Por no marchitarse.

Con cariño,

Génesis Edith Tipantasig Bombón

AGRADECIMIENTO

A Dios, por permitirme estar, vivir y haber llegado hasta aquí.

Rosa de Plata: A mi madre, por no rendirse ni conmigo, ni ante nadie, por no marchitarse. Gracias por ser rebelde. Gracias por todo.

Barquero: A Xavier Brito por guiarme en este mar que parecía tener rumbo incierto y encaminarme en medio de conocimiento y paciencia. Gracias a usted y a todos mis maestros por ayudarme a llegar a mi destino.

Alas: A mis hermanos Paco, Tita y Anto, por enseñarme que mi vuelo no tiene límites. Gracias por apostar por mí una y otra vez.

Ángel: A Randall, porque nunca apartaste tu patita de mi mano. Gracias a ti 'una parte de mi alma nunca más permanecerá dormida'.

Instantes: A mis amigos, por quedarse, por compartir y por ser ustedes. Nunca dejen de darle sentido y color a su mundo, conserven su magia.

Génesis Edith Tipantasig Bombón.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	II
AUTORÍA	III
DERECHOS DE AUTOR	IV
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	V
DEDICATORIA	VI
AGRADECIMIENTO.....	VII
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDO	VIII
ÍNDICE DE MATRICES Y FIGURAS	X
Resumen	XIV
Abstract	XV
CAPÍTULO I	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Antecedentes investigativos	1
1.1.1 Pensar en la moda	9
1.1.1.1 Cuerpos: Entre historia, poder y género	10
1.1.1.2 Transparencias, desnudez y el sentido de libertad	16
1.1.2 Consumo: apariencia, identidad y aspiración	19
1.1.2.1 Transformaciones en la moda: Tribus urbanas y movimientos sociales	19
1.1.2.2 Apariencia y el acto del vestir.....	21
1.1.2.3 Consumo masivo y democratización de la moda	23
1.1.2.4 ¿Aspiración o distinción?	26
1.1.3 Cine y revistas	31
1.1.3.1 Estética: Belleza y estereotipos.....	32
1.1.4 Semiótica: la moda como signo.....	35
1.2 OBJETIVOS	38
1.2.1 General:.....	38
1.2.2 Específicos:	38
CAPÍTULO II.....	39
MARCO METODOLÓGICO.....	39
2. 1 Metodología	39
2. 1 Materiales.....	45
CAPÍTULO III.....	47
RESULTADOS Y DISCUSIONES	47

3.1 Análisis y discusión de los resultados.....	47
3.1.1 Yves Saint Laurent.....	47
3.1.2 Análisis de signos en los diseños	49
CAPÍTULO IV	106
CONCLUSIONES	106
Conclusiones	106
BIBLIOGRAFÍA	109

ÍNDICE DE MATRICES Y FIGURAS

Matriz 1	3
Matriz 2	41
Matriz 3	42
Matriz 4	54
Matriz 5	56
Matriz 6	62
Matriz 7	63
Matriz 8	68
Matriz 9	70
Matriz 10	75
Matriz 11	76
Matriz 12	82
Matriz 13	84
Matriz 14	88
Matriz 15	91
Matriz 16	95
Matriz 17	97
Matriz 18	103
Matriz 19	105
Figura No.1	12
Figura No.2	13
Figura No.3	13
Figura No.4	14
Figura No.5	14
Figura No.6	15
Figura No.7	17
Figura No.8	27
Figura No.9	34
Figura No.10	34
Figura No.11	43
Figura No.12	43
Figura No.13	43

Figura No.14.....	44
Figura No.15.....	49
Figura No.16.....	50
Figura No.17.....	50
Figura No.18.....	51
Figura No.19.....	51
Figura No.20.....	52
Figura No.21.....	55
Figura No.22.....	55
Figura No.23.....	55
Figura No.24.....	57
Figura No.25.....	57
Figura No.26.....	57
Figura No.27.....	58
Figura No.28.....	58
Figura No.29.....	59
Figura No.30.....	62
Figura No.31.....	62
Figura No.32.....	62
Figura No.33.....	63
Figura No.34.....	64
Figura No.35.....	64
Figura No.36.....	64
Figura No.37.....	65
Figura No.38.....	65
Figura No.39.....	66
Figura No.40.....	69
Figura No.41.....	69
Figura No.42.....	69
Figura No.43.....	70
Figura No.44.....	71
Figura No.45.....	71
Figura No.46.....	71
Figura No.47.....	72
Figura No.48.....	72
Figura No.49.....	73

Figura No.50.....	75
Figura No.51.....	75
Figura No.52.....	75
Figura No.53.....	77
Figura No.54.....	77
Figura No.55.....	77
Figura No.56.....	78
Figura No.57.....	78
Figura No.58.....	79
Figura No.60.....	82
Figura No.59.....	82
Figura No.61.....	82
Figura No.62.....	84
Figura No.63.....	84
Figura No.64.....	85
Figura No.65.....	85
Figura No.66.....	85
Figura No.67.....	86
Figura No.68.....	89
Figura No.69.....	89
Figura No.70.....	89
Figura No.71.....	91
Figura No.72.....	91
Figura No.73.....	92
Figura No.74.....	92
Figura No.75.....	92
Figura No.76.....	93
Figura No.77.....	93
Figura No.78.....	96
Figura No.79.....	96
Figura No.80.....	96
Figura No.81.....	98
Figura No.82.....	98
Figura No.83.....	98
Figura No.84.....	99
Figura No.85.....	99

Figura No.86.....	100
Figura No.87.....	103
Figura No.88.....	103
Figura No.89.....	103
Figura No.90.....	105

Resumen

Esta investigación gira en torno a la reflexión del uso de la moda como un discurso estético y de género, presente el acto de vestir el cual se ejecuta a diario, pero que conlleva contextos socio-culturales, históricos y políticos, que han ejercido influencia sobre la modificación de la vestimenta con el pasar de los años y así mismo las creaciones de los diseñadores más influyentes a lo largo de la historia han ido evolucionando hasta adaptarse a los estilos contemporáneos. De allí que la presente tesis toma como objeto de estudio la producción cinematográfica “Yves Saint Laurent” (2014) de Canal+, basada en la vida del modisto que lleva el mismo nombre, llegando a analizar sobre sus invenciones, impacto y lo revolucionarias que resultaron sus colecciones tanto para la Alta Costura como su papel en la democratización de la moda y, por tanto, en el consumo. Así también, se expone detalladamente algunas de sus prendas icónicas analizando la semiótica presente en la moda y comunicación no verbal que se ejerce dentro de un escenario social, teniendo en cuenta el poder de las industrias culturales sobre las percepciones de lo bello y socialmente aceptado. Así se concluye en la exposición sobre el debate controversial de género y cuerpos alrededor de la moda, su configuración desde todos los hechos que involucran a la humanidad y como con el pasar del tiempo las perspectivas acerca de lo que se debe usar o no fueron cambiando de manera progresiva de acuerdo a la introducción y re-significación de prendas.

Palabras Clave: Semiótica, estética, industrias culturales, comunicación en moda, consumo.

Abstract

This research revolves around the reflection of the use of fashion as an aesthetic and gender discourse, it presents the act of dressing which is executed daily, but which involves sociocultural, historical and political contexts, which have influenced the modification of clothing over the years and likewise the creations of the most outstanding designers throughout history have evolved to adapt to contemporary styles. Hence, this thesis takes as its object of study the film production "Yves Saint Laurent" (2014) by Canal+, based on the life of the fashion designer of the same name, analyzing his inventions, impact and how revolutionary they were. his collections both for Haute Couture and his role in the democratization of fashion and, therefore, in consumption. Likewise, some of his iconic garments are exposed in detail, analyzing the semiotics present in fashion and non-verbal communication that is exercised within a social scenario, taking into account the power of cultural industries over the perceptions of beauty and socially accepted. This is how it is concluded in the exhibition about the controversial debate of gender and bodies around fashion, its configuration from all the facts that involve humanity and how with the passage of time the perspectives about what should be used or not were changing. progressively according to the introduction and re-signification of garments.

Keywords: Semiotics, aesthetics, cultural industries, communication in fashion, consumption.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

Para el desarrollo del presente trabajo investigativo se parte de la revisión del estado del arte con estudio relacionados al tema propuesto. Se consideraron siete tesis a niveles de maestría y doctorado, debido a que estos trabajos poseen mayor fundamentación teórica y solidez metodológica, a continuación, se detallarán de acuerdo al año, nivel educativo y sus respectivos aportes, en torno a temas como la moda, estética e industrias culturales.

Nombre del autor	Año	Nombre de la tesis	Tesis	Universidad	Link
Gabriel Gutiérrez Javán	2002	Las funciones estética y seductora de la moda usos e implicaciones en los jóvenes: El caso de la revista Eres.	Maestría en comunicación.	Universidad Nacional Autónoma de México.	http://132.248.9.195/pdtestdf/0312958/0312958.pdf
Vicente Castellanos Cerda	2004	La experiencia estética en el cine.	Doctorado en Ciencias Políticas y Sociales con orientación en Ciencias de la Comunicación.	Universidad Nacional Autónoma de México.	http://132.248.9.195/pd2004/0600157/0600157.pdf
Helen Glover	2015	De la hoja de Parra al Bikini: Moda como soporte de comunicación social.	Doctorado en historia de la Comunicación Social.	Universidad Complutense de Madrid.	https://eprints.ucm.es/id/eprint/41612/1/T38532.pdf
Rocío Luque Magañas	2015	Relaciones entre arte y moda: Diálogos y juegos de identidad desde la alta costura en el vestir hasta nuestros días.	Doctorado en comunicación audiovisual y publicidad.	Universidad de Málaga.	https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=152386
Silvana Larrea Oña	2018	¿Son nuevos cuerpos los de la moda?	Maestría en Comunicación.	Universidad Andina Simón Bolívar.	https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6252/1/T-2678-MC-Larrea-Son%20nuevos.pdf
Manuela Elgue y Guilliania Villaamil	2019	Signos en el vestuario Histórico: Análisis de la vestimenta de la Reina Elizabeth I en la pantalla.	Titulación en Diseño Industrial.	Universidad de la República Uruguay.	https://www.colibri.udelar.edu.uy/jsui/bitstream/20.500.12008/27164/1

					/06_TFG_ELGUE.pdf
María Dolores Vaca Eguez	2019	Vestir una segunda piel: Formas de construcción de los cuerpos de las mujeres en la moda de Quito.	Maestría de Investigación en Ciencias Sociales con mención en Género y Desarrollo.	Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.	https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/15689/8/TFLACS-O-2019MDVE.pdf

Matriz 1
Elaborado por Génesis Tipantasig.

Tesis 1. Gabriel Gutiérrez (2002), en su tesis, plantea ver a la moda como sinónimo de juventud e integración social, que hace a los cuerpos adaptarse de acuerdo a la ideología y conducta aceptada o aspirada por la mayoría social, entrando en discusión temas como estilo e identidad.

En cuanto al rol social de la moda, Gutiérrez menciona que existe una participación activa como un vehículo para expresar mensajes dentro de los procesos de seducción y conquista, más no para lucir elegantes, uniendo así sus ideas con las de Yves Saint Laurent quien proponía el mismo concepto.

A su vez, entiende a los cánones de belleza en un mundo que hace del cuerpo un espectáculo, volviéndose una mercancía modificable, capaz de asumir cierta jerarquía en determinados grupos sociales basándose únicamente en la apariencia y el lujo que puede poseer.

Finalmente, la metodología aplicada se basa en el análisis de contenido, en este caso tanto de imágenes como de texto en la revista Eres, lo cual permitió establecer claras relaciones entre el contenido de la misma y conceptos como belleza, seducción y conductas significativas que reflejan el contexto de la época.

Tesis 2. Sobre el cine esta investigación asume los aportes de Vicente Castellanos (2004) quien aborda sobre cómo esta industria cultural abarca múltiples dimensiones sean: semióticas, estéticas, artísticas, comunicativas y socio-culturales.

El autor asume al cine como una percepción intersubjetiva que se entiende en base al pensamiento y la sensibilidad humana, siendo objeto de apreciación correspondiente a lo que se capta en el relato, donde juegan un papel importante la experiencia estética de los objetos, eventos y sensaciones que generan, ya sea un filme completo o un fragmento.

En cuanto a la metodología empleada un análisis a películas como Pulp fiction, Road to perdition, The matrix, entre otras, que ayudan a establecer una relación entre la estética,

la imaginación, memoria, emoción, interés por medio del estudio de la trama.

Por medio de estos conceptos se relacionará el proceder de Saint Laurent de acuerdo a su contexto y la razón de sus diseños. Entendiendo que al ser una película biográfica hay que separar los hechos reales de la ficción o dramatismo añadidos a la vida del protagonista que sirven para enlazar la historia.

Tesis 3. Helen Glover (2015) sitúa a la moda como fenómeno antropológico, cultural y social con sus implicaciones comunicativas, de acuerdo a determinados contextos históricos y la constante evolución que conlleva su intrínseca relación con la sociedad, la estética, ideologías y necesidades que cambian frecuentemente.

Dentro de los aportes de la autora se puede citar a la sociología, semiótica de moda y el papel del *Prêt à porter* o moda lista para llevar, esto último guarda una estrecha concordancia con Saint Laurent, puesto que fue quien popularizó e incursionó de este tipo de democratización de la moda.

Para Glover, entender a la moda como vehículo de comunicación exige realizar una investigación de tipo cualitativa, usando un método empírico-descriptivo y de carácter observacional, en donde el estudio se centra en tres de las pasarelas “Mercedes-Benz Fashion Week” y de “Pasarela Cibeles” de Madrid, analizando el comportamiento de la prensa y su proyección, para esto último y con fines de crear resultados concretos se empleó una fórmula de medición, incluyendo datos como: fechas, muestra, población, documentación y fuentes.

Su estudio, además, permite contextualizar a la moda desde antes del siglo XIX lo que posibilita entender el papel social de la vestimenta, la transmisión de mensajes esenciales sobre la configuración y el funcionamiento de los grupos sociales y los individuos en sí. Entrelazando esto con el ciclo de la moda desde su aparición, extensión hasta la desaparición, la distinción y diferenciación; igualdad y democratización; uniformidad y globalización.

Tesis 4. Rocío Luque Magañas (2015) acentúa una de las bases de la presente investigación, en primer lugar, explica detalladamente el ambiente del siglo XX, lo lleva a situarse después de la Segunda Guerra Mundial y la aparición del diseñador Christian Dior con su silueta *New Look*, la cual será modificada dentro de esta casa de *Alta Costura* luego de su muerte, con el ascenso a la dirección creativa del joven Yves Saint Laurent, concibiendo los diseños de este último como una representación de la unión entre la nueva era de la moda y los detalles que se toman de la ya existente para darle un nuevo significado.

La investigadora a través de su análisis y comparación con otros diseñadores describe la incursión de Saint Laurent en la moda siendo tan joven, en la sociedad de mediados del siglo XX. A su vez, Saint Laurent se acomodaba perfectamente a las necesidades postguerra, la moda de la calle se reinventaba, de la mano el ascenso de la segunda ola feminista llevó a cabo la creación de prendas masculinas adaptadas para mujeres y la transición del *Haute Couture* o Alta Costura hacia el *Prêt à porter*.

La metodología usada contempla diferentes objetos de análisis dentro de la composición de un diseño como: Silueta, proporción y línea, ritmo, funcionalidad, detalles, color, tejido, estampado, adornos, materialidad y maquillaje. Lo señalado se entiende en el marco de la segunda de Charles Peirce y la semiótica.

Por último, Luque describe y explica la relación de elementos en común entre: arte, belleza y Alta Costura, contemplando así, los diseños de Yves Saint Laurent inspirados en pinturas famosas de diversos pintores y la influencia de la corriente artística del impresionismo en algunos de sus diseños.

Tesis 5. Silvana Larrea (2018) analiza sobre los signos y creencias que se forman a partir de diseñadores y sus colecciones, los cuales llegan a influir y remodelar al cuerpo, viéndolo como un objeto dócil y manipulable capaces de adquirir un valor únicamente por su aspecto, llegando al consumo compulsivo en función de la aparición de las nuevas tendencias.

Larrea explica la diferencia entre vestir y estar la moda, resultando interesante y contradictorio el atavió de un cuerpo con capas de ropa en la intimidad para presentarse en público a diario en un contexto constantemente cambiante y, por tanto, donde la moda se vuelve caduca al igual que la forma de los cuerpos se deconstruyen en función de la historia, haciendo alusión a los cuerpos dóciles de Michel Foucault y la manera en la que se ven inmerso en un mecanismo de poder que ejerce control, dirigido por sujetos ajenos al cuerpo propio como tal.

La metodología empleada comprende una investigación cualitativa, siendo el objeto de estudio mujeres de dos grupos de edad distintos, aplicando la observación no participante y entrevistas enfocadas a temas como: farándula, consumo y moda en el ámbito local.

En síntesis, esta tesis se explica cómo los cuerpos expresan su sometimiento desde temas como el consumo, las aspiraciones y deseos o a su vez, pero muy difícilmente, la emancipación mediante la moda a través de la influencia de movimientos sociales, el surgimiento de nuevas narrativas y recientes estéticas, así como la función de la moda en el comportamiento y relaciones sociales.

Tesis 6. Manuela Elgue y Guillian Villaamil (2019) proponen una metodología basada en el análisis en dos niveles: connotativo y denotativo, procediendo a una distinción y separación de la indumentaria objeto de estudio, el cual se tomará en cuenta para analizar determinados diseños de Saint Laurent.

Para Elgue y Villaamil, es fundamental la inclusión y exclusión de perspectivas valorativas al momento del análisis, debido a que, en el caso de lo denotativo, se hará alusión a lo visible, extrayendo elementos puntuales mediante el recorte de figuras y acercamiento a los detalles, ya sean de la tipología del traje, maquillaje, peinado, silueta, material, textura, accesorios y color.

Mientras que para el segundo caso se incluirá el contexto y todo aquello que aporte una

interpretación meramente subjetiva o histórica, agrupando a los elementos de acuerdo a su significado. Así sugieren una descripción subjetiva y objetiva hacia los recursos comunicacionales utilizados dentro del vestuario para el personaje y que fácilmente pueden ser empleados para el estudio detallado de diseños.

Tesis 7. María Dolores Vaca (2019) realiza un análisis sobre la construcción de la moda en la sociedad de acuerdo a su contexto, entendiéndose como un elemento cambiante, pero que siempre conlleva implícito un mensaje de género, clase social, raza, sexo, distinción y demás alcances.

La investigadora expone sobre la estratificación o jerarquía que implica usar indumentaria, de acuerdo a lo que se quiera transmitir por medio del uso de ropa en un cuerpo que pretende ser ideal, requiriendo entonces de procesos que promueven el consumismo, que proponen diversas industrias, creando estereotipos, moldeando tanto su físico como su comportamiento, en general ejerciendo biopoder. En conjunto, lo expuesto crea la separación de personas de su individualidad momentáneamente, para ingresar en grupos sociales y una vez allí ser capaces de generar estilos que los diferencien.

Otro aporte importante comprende el repensar sobre lo que ocurre detrás del vestirse, su relación sexual-biológica y social volviéndose una segunda piel con la que se crean relaciones sociales, buscando responder la interrogante acerca de ¿cómo se construyen sus cuerpos y feminidades? Para ello contextualiza autores como: Georg Simmel, Pierre Bourdieu, Michel Foucault, Simone de Beauvoir, Susan Bordo, entre otros.

Para este trabajo, la metodología establece dos momentos de estudio en los años 2017 y 2018, mediante una observación participante, involucrándose en las actividades diarias de diseñadoras, llegándose a inmiscuir en desfiles de moda y producciones fotográficas, lo que llevó a establecer relaciones de familiaridad no sólo con las modistas, sino también con modelos, estilistas, organizadores de eventos de moda y demás personas que coordinan eventos relacionados, lo que condujo a establecer entrevistas abiertas y semi estructuradas para recabar la mayor cantidad de datos posibles.

Finalmente, esta tesis concluye que existe un tipo de feminidad preestablecida que es aceptada dentro de la industria de la moda, que es difundida y globalizada gracias a los medios de comunicación, frente a esto otras feminidades y cuerpos también luchan por su espacio en dicha industria. Sin embargo, esto de ninguna manera implica una democratización generalizada para todas las clases sociales en la manera de vestir puesto que el grupo social que más capital posee tiende a distinguirse siguiendo otro tipo de tendencias y mas no usan lo que esté a su alcance inmediato.

1.1.1 Pensar en la moda

En el mundo contemporáneo es inevitable pensar en la moda sin relacionarla con pasarelas, y toda una gran industria cultural, donde destacan un amplio mercado cultural, entre las que sobresalen: revistas de lujo y glamur. La cuestión del vestir involucra gustos, apariencias y todo un capital socio-cultural, para usar términos “bourdianos”; donde se despliegan una serie de estrategias comunicativas.

Desde su aparición, las prendas de vestir han cumplido funciones importantes, en primera instancia, de proteger al cuerpo del clima, luego asignaron jerarquías con indumentarias distintivas, hasta poco a poco ir definiendo estratos sociales, permitiendo ejercer poder a quien viste de cierta forma, reflejando la situación de determinada época, siendo rebelión o sumisión, remodelando cuerpos como sugiere Michel Foucault (2003) en cuánto a la docilidad del cuerpo.

El vestido y la moda representan un signo para las sociedades, hasta convertirse en un elemento de consumo, aspiración, identidad y distinción social. “La moda es un conjunto de comportamientos significativos que expresan los valores característicos de una época y entran en decadencia junto a ella; en un sentido más estricto, constituye la forma de vestirse, es decir, de mostrar y ocultar el propio cuerpo” (Squicciarino, 1998, p.11).

Cada prenda en su composición, en cada pieza y detalle es un signo capaz de proyectar un amplio significado. Los diseñadores se convierten en artistas que van modelando cada pieza de sus colecciones con una detonación profunda de la sociedad, que a su vez puede generar un gran impacto y cambiar la realidad o evocar épocas no vividas.

Es así como esta industria debido a su estrecha dependencia social trasciende los límites del consumo y debido a su carácter cíclico también puede adoptar diferentes estilos con el pasar del tiempo.

1.1.1.1 Cuerpos: Entre historia, poder y género

Para reflexionar la moda es necesario mencionar al cuerpo, el cual adopta a la vestimenta como una segunda piel. En este punto se hace necesario cuestionar si ¿El ser humano es quien usa a la ropa, o si más bien la ropa es la que viste y usa a las personas? Dicha reflexión parte de lo que para el modisto Oscar de la Renta (2012) se denomina como “*Fashion victims*”.

Para contestar la interrogante planteada, hay que entender que la moda no sobrevive por sí, sino que responde al contexto y hechos sociales, determinados en tiempo y espacio, transformándose de acuerdo a estas condiciones. "El hecho social nunca es inmóvil, eterno y, por lo tanto, objetivable, salvo de manera provisoria. Está vivo, tejido en el interior de una red de relaciones que nunca son realmente estables, sino que siempre buscan una nueva relación" (Le Breton, 2002, p. 91).

Por tanto, estará sujeta a cambios según la sociedad apetezca de acuerdo a los intereses que se persigan. Simultáneamente se modifique la ropa, se moldeará en una silueta diferente el cuerpo, esto debido a su naturaleza dependiente y por supuesto maleable de tal manera que no presenta resistencia, entrando en la categoría de dócil. “Es dócil un cuerpo que puede ser sometido, que puede ser utilizado, que puede ser transformado y perfeccionado” (Foucault, 2003, p.125).

Si se habla de una condición social la cual rige a la moda, hay que entender que la

humanidad tiende a rechazar o aceptar conceptos, ideas o formas, de acuerdo a sus percepciones, juicios estéticos, consideraciones acerca del bien y el mal. “La moda es un sistema original de regulación y de presión sociales. Sus cambios presentan un carácter apremiante, se acompañan del «deber» de adopción y de asimilación, se impone más o menos obligatoriamente a un medio social determinado” (Lipovestsky, 1996, p.42).

No obstante, habrá lapsos en los que se propongan pensamientos revolucionarios, ya sean geniales o ridículos, pero que con el pasar de los años se popularizarán hasta convertirse en parte de la normalidad.

De acuerdo con lo señalado, los límites se establecerán a través de lo que agrada o no a la colectividad, o en la mayoría de los casos, a la élite. En el caso de que existiera algo que vaya en contra de lo que se considere normal inmediatamente generará reacción.

El cuerpo se vuelve un misterio que no se sabe cómo abordar. Las expectativas no se cumplen o se abren posibilidades inquietantes. Los cuerpos dejan de fluir en el espejo fiel del otro, en esa especie de pizarra mágica en la que los interlocutores se borran en la familiaridad de los símbolos mientras entran, adecuadamente, en escena (Le Breton, 2002, p. 126).

Teniendo en cuenta este principio, para inicios del siglo XX, época denominada la *Belle Époque*, la cual estaba marcada por la segunda revolución industrial y la aristocracia, era popular la silueta femenina de S itálica, mediante el uso del corset ajustado que impedía el movimiento, y formaba cinturas extremadamente pequeñas.

No obstante, para las clases acaudaladas esto no representaba inconveniente alguno puesto que no se requería realizar trabajos forzados que exijan más movilidad, a pesar que si resultaba incómodo debido a que no era ergonómico.

El propósito del corset¹ no era la comodidad sino la transformación del cuerpo principalmente el femenino, significando opresión, dedicado a feminizar la silueta, levantar el busto y ensanchando las caderas y, de ninguna manera siendo parte facilitadora para la vida activa de una mujer.

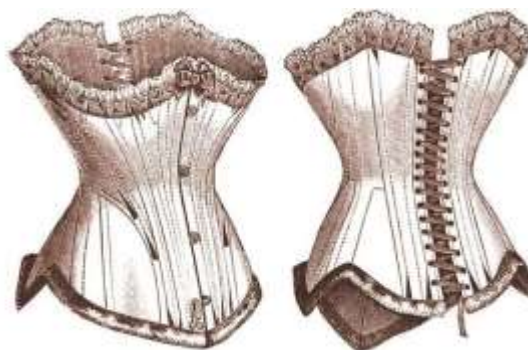


Figura No.1 Ilustración de un corset femenino muy común durante la Belle époque.

Para Nicola Squicciarino (1998), ha representado a una feminidad delicada, inútil y propia del lujo que se ha modelado en torno a una sociedad donde prima la inequidad de género. Si bien, en su momento, también existieron los *corsets* masculinos, estos no perduraron en el tiempo, además de que cumplían otras funciones, menos agresivas con la forma natural del cuerpo humano, pero no sólo el corset se ha presentado como instrumento de opresión.

Las costumbres, las modas se aplican a menudo a apartar el cuerpo femenino de su trascendencia: la china de pies vendados apenas puede caminar, las garras pintadas de la estrella de Hollywood la privan de sus manos, los tacones altos, los corsés, los miriñaques, los verdugados, las crinolinas, no estaban tan destinados a hacer más esbelto el cuerpo femenino como a aumentar su impotencia. Cargada de grasa, o, por el contrario, tan diáfana que le está vedado cualquier esfuerzo, paralizada por ropas incómodas y por los ritos del decoro, se le presenta al hombre como su cosa (De Beauvoir, 2016, p. 181).

1. Prenda usada comúnmente para moldear la figura femenina y a su vez estilizarla, durante mucho tiempo fue usada por cuestiones estéticas, sin importar lo perjudiciales que resulten. Durante el siglo XIX fue muy popular siendo su mayor auge en la época victoriana. Actualmente no ha desaparecido, más bien tiene un diseño ergonómico.

De la misma manera, sobre la ropa y la imposición de roles, en general, ejercen un papel significativo las prendas de origen propiamente masculinas, como el pantalón, la chaqueta, el smoking completo, entre otros, los cuales de acuerdo a su evolución histórica fueron resignificando nuevas cosas.

Para la Primera Guerra Mundial, las cosas cambian y se busca el sentido utilitario de la ropa, es decir, que permitan realizar diversas actividades. Sumado al legado de la primera ola feminista a su vez, provoca el desprendimiento del corset y se impulsa el uso de ropa propia del hombre, dejando a un lado la apariencia de cuerpo delicado y aura sutil. “Sin duda las ropas masculinas son también artificiales, pero más cómodas y sencillas, están pensadas para favorecer la acción y no para entorpecerla” (De Beauvoir, 2016, p. 395).

Dado este punto hay que remarcar el porqué de su temporal desaparecimiento, en un inicio el desprendimiento del corset se dio gracias a modistos como Paul Poiret² o Gabrielle Chanel³, no obstante, no coincidían los motivos. El primero lo hizo por cuestiones de estética visual, de patronaje y diseño de nuevas figuras, la segunda más bien por razones sociales y de liberación femenina, empezando a verse como objeto obsoleto y muy poco utilitario, pensando como mujer liberal, esto último se abordará más adelante.



Figura No.2 Modisto Paul Poiret junto a un modelo con su diseño.



Figura No.3 Diseñadora Gabrielle Chanel posando detrás de una modelo con un vestido suyo.

2. Modisto francés nacido en 1879, con su trabajo definió la estética de la moda del siglo XX. Se le atribuye a la introducción del concepto de desfilarse en el mundo de la moda, y uno de los mayores aportadores para el movimiento artístico en todas sus dimensiones del Art Déco, sus diseños fueron inspirados principalmente en el orientalismo, aunque también en el arte. Murió en 1944 en París.

3. También conocida como Coco Chanel, de origen francés. En primera instancia, incursionó con el diseño de sombreros hasta llegar a revolucionar la moda en periodos de entreguerras con siluetas informales, deportivas, casuales y cómodas para la mujer. Dejando un legado que perdura hasta hoy. Dio un nuevo significado a las concepciones de elegancia y a su vez de idearios de feminidad de la época. Además, la misma Chanel creó su fragancia que lleva por nombre “Chanel N. 5”.

Se buscaba mujeres multitareas, las cuales, al llevar un tipo de vida más agitado, necesitarían otro tipo de “uniforme”, algo que vaya mejor adecuado, como un pantalón o chaquetas con múltiples bolsillos, como las de los soldados, que no impidan el movimiento ni resulten incómodos. Es así, como aparece un nuevo tipo de silueta y de mujer, una más utilitaria y menos estrafalaria



Figura No.4 Mujeres durante la Primera Guerra Mundial



Figura No.5 Vestimenta femenina en la Belle époque.

Aquello es ejemplo de cómo los cuerpos cambian de acuerdo a las necesidades e interés de cada época, siendo también sujetos a progresos o retrocesos, volviéndose el cuerpo una especie de maniquí moldeable según en contexto y resaltando el carácter cíclico de la moda.

De esta sustentación, se vuelve necesario hacer énfasis en el cuerpo femenino y como se ha visto sometido a sistemas de violencia y control sobre sí, por parte de agentes externos. “La mujer y el cuerpo han compartido el mismo grado de sumisión, la misma segregación” (Squicciarino, 1998, p.128).

Para visibilizar lo señalado, se tomará el caso del diseñador francés Christian Dior⁴ y su papel luego de la Segunda Guerra Mundial, periodo evidentemente marcado por la destrucción y pérdida de vidas humanas, principalmente de hombres, donde las mujeres

4. Nació en Francia en 1905, para 1946 fundó su propia casa de moda de alta costura con su mismo nombre ubicada en París, Francia. Devolvió la silueta afeminada y delicada a la mujer con su denominada “Mujer flor” (así también extendió su casa de modas e incursión también en el mundo de la perfumería). No mucho tiempo después de realizar esta importante invención en la industria de la moda fallece en Italia en 1957.

hicieron frente a la situación de hogar, familia, trabajo y sociedad en general, experimentando un cambio de roles y, por tanto, una modificación en la imagen.



Figura No.6 Diseñador Christian Dior vistiendo con uno de sus diseños ceñidos a la cintura.

Con la post guerra el mundo habría de configurarse de nuevo y como era de esperarse se popularizó el uso de la ropa útil y cómoda, es decir, que permitía realizar diferentes labores de trabajo y era resistente, existiendo hasta cierto punto mayor equidad en el vestido tanto para hombres como para mujeres.

Es aquí donde se generó un debate importante de acuerdo a los preceptos sociales de la época sobre si, ¿Se iba a permitir que las mujeres tomen el control a la par, cuando los hombres siempre lo habían tenido? Pero sobretodo, luego de la ausencia de las figuras masculinas durante temporada la bélica ¿Cómo hacer para recuperar el poder sin generar revuelo en una sociedad relativamente frágil?

Dior tuvo una solución a través de la fusión de tres prendas importantes, las chaquetas con hombreras, las cuales fueron usadas por hombres porque generaban un aspecto corpulento y de alguna manera intimidación y por supuesto nuevamente la inclusión del corset y la falda, que desde siempre han dado aires de delicadeza.

Habían adoptado una forma de vestir extraña e incongruente.
De las caderas hacia arriba vestían ropas formales, formidables incluso (...) la bisutería, las chaquetas largas con anchas

hombreras. Por debajo de todo esto llevaban escuetas faldas, finas mallas y tacones tan altos que les hacían tambalearse si daban un paso más largo que otro. Cuando una mujer con esta indumentaria se sentaba detrás de una mesa, trabajando con el público o con subordinados, parecía poderosa y madura. Pero cuando se levantaba y salía detrás de la mesa para hablar con un superior se revelaba insegura y añorada (Lurie, 1994, p.16).

Así es como renace y el mundo conoce la nueva silueta de reloj de arena, una figura reinventada denominada “*New Look*” ni con tanto poder como para que las mujeres sobrepasen a los hombres, ni tan sosas como para pasar desapercibidas entre las miradas masculinas.

Aunque más práctica, la ropa de la mujer no la hace aparecer como asexuada: todo lo contrario, las faldas cortas destacan mucho más que antes las piernas y muslos. No hay ninguna razón para que el trabajo la prive de su atractivo erótico. Percibir a la mujer como un personaje social y al mismo tiempo como una presa carnal (De Beauvoir, 2016, p.264).

Sin duda, a través de la moda se puede reivindicar el ejercicio de poder de otros sobre uno mismo y a su vez como se puede considerar al ser humano no sólo como sujeto, sino también como objeto manipulable tanto de manera ideológica como física.

1.1.1.2 Transparencias, desnudez y el sentido de libertad

De las modificaciones por influencias externas, de acuerdo a normativas sociales, pareciera que todo está preestablecido y que evidentemente el poder y la decisión no están en discusión, pero esto en el mundo contemporáneo no es del todo cierto, puesto que siempre va a existir quien cuestione la autoridad, haga ruido y sea rebelión, de allí el nacimiento de los movimientos sociales y las tribus urbanas.

Movimientos sociales como el feminismo también han influido en el cambio del cuerpo o la silueta. Por ejemplo, en los años sesenta, durante en el ascenso de la segunda ola feminista, se promovía el no usar sostén puesto que se consideraba un dispositivo de dominio sobre el cuerpo.

Como era de esperarse la moda generó respuesta a esto, con el diseñador Yves Saint Laurent⁵, tomó esa idea y decidió crear un blusón de tela transparente sin nada por debajo, causando revuelo, controversia y rechazo al ser considerado indecente. “El juego de libertad inherente a la moda, las posibilidades de matices y gradaciones, de adaptación o de rechazo de las novedades” (Lipovetsky, 1996, p.46).



Figura No.7 Diseñador Yves Saint Laurent posando para una campaña publicitaria de su propia marca

Si bien, el rechazo de este tipo de prendas duro solo hasta los años 70, cuando se dio el estallido de la revolución y liberación sexual, que acentuó no otra cosa, que sino el éxito de este tipo de prendas, aunque aceptadas por unos y vetadas por otros, se produjo la copia, la producción masificada, un éxito en ventas. En términos generales “la explosión contracultural de la década de los setenta con su relajamiento de las normas de la ropa [...] celebraron la nueva libertad” (Lurie, 1994, pp. 231-232).

A propósito de la desnudez, hay que aclarar también lo que el mostrar más o menos piel significa, “la desnudez nunca es un signo cualquiera. La desnudez velada por la ropa funciona como referente secreto, ambivalente” (Baudrillard, 1981, p.29). Especialmente en el cuerpo femenino, ensañar más piel, más transparencia o lucir una prenda pequeña

5. Nace en Argelia en 1936. Sucesor a la dirección creativa de la casa de modas Dior, luego de la muerte de su fundador, con apenas 21 años. Es considerado como uno de los *couturiers* más influyentes de la segunda mitad del siglo XX. A inicios de la década de 1960 abre su propia casa de Alta Costura. Muere en 2008. Se detalla su influencia e importancia ampliamente en el apartado que lleva el nombre del modisto.

tiende a ser sinónimo de rebeldía, abandonar el conservadurismo de ocultar el cuerpo, y ser más libre sobre su decisión.

Esto puede generar repudio y simultáneamente acoso, ambos son factores externos al cuerpo propio, pero que juega un papel importante. Han existido épocas, incluso antes de la contemporánea, donde se volvía popular el uso de prendas de este tipo, como las *flappers* quienes; en su afán por ser mujeres más libres, buscaban salir, divertirse y sin la aprobación o compañía masculina llevando faldas más pequeñas de lo usual, mostrando más piel, hasta que, para la década de 1970, finalmente llega el apareamiento de la minifalda.

Las modas no son sino el reflejo de las costumbres de la época: son el espejo, no el original. Dentro de los límites que impone la economía, la ropa se adquiere, se usa y de deshecha de la misma forma que las palabras, pues satisface nuestras necesidades y expresa nuestras ideas y emociones (Lurie, 1994, p.30).

Entendiendo esto, para que la moda siga coexistiendo como un éxito de consumo social en el mundo moderno, además de que la misma deba ser juvenil, porque los jóvenes además de ser quienes masifican el uso de las prendas y se permiten gastos como estos de manera primaria, también tiene que ser libre, es decir, responder a la necesidad de libertad, emancipación y rebeldía.

Libertades de uso que permitan simultáneamente diferenciarse de los demás, pero a su vez ser tan distintivos que pueden llegar a agruparse con otros que posean sus mismos gustos e intereses. Allí la emancipación de usar la ropa para ser distinto y a su vez ser igual a los demás.

Lo propio de la moda ha sido imponer una norma en conjunto y, simultáneamente, dejar sitio a la manifestación de un gusto

personal: hay que ser como los demás, pero no absolutamente como ellos, hay que seguir la corriente, pero significar un gusto particular (Lipovestsky, 1996, p. 47).

De forma semejante, la moda responde a la necesidad de cubrir el cuerpo total o parcialmente. Demostrar identidad, ideología, estatus que, de cierta manera, responde a los intereses de todos. En esta colectividad que requiere libertad de elección también se ve la necesidad de libertad en los cuerpos, los cuáles buscan su independencia de cierto estereotipo social encaminándose cada vez más a la aceptación del yo, en otras palabras, "el cuerpo moderno pertenece a un orden diferente. Implica la ruptura del sujeto con los otros" (Le Breton, 2002, p.8).

Esto deviene del cuestionamiento del porque las campañas publicitarias de moda, hasta hace unos años no reflejaban un "yo real" sino un "yo ideal", debido a que evidentemente el yo real se vuelve más fácil de aceptar y de consumir, porque a que en lugar de preguntarse cómo conseguir los rasgos de un modelo de revista, el consumidor pasa a visualizarse a sí mismo como un prototipo aceptado, que no necesita cambiar sino más bien consumir lo que está fabricado especialmente para sí, es decir, "la sociedad de consumo se concibe a sí misma como tal y refleja narcisistamente en su imagen" (Baudrillard, 2009, p.104).

En la contemporaneidad los cuerpos van más allá de revistas, fotografías demasiado posadas y pasarelas. Para llegar a todos los públicos, hay que vender para ellos, de allí el origen de lo que en los últimos años se conoce como el movimiento *body positive*, el cual llama a la inclusión de los diferentes tipos de cuerpos, fomentando la inclusión colectiva y, a la par la moda siendo parte de los cambios sociales.

1.1.2 Consumo: apariencia, identidad y aspiración

1.1.2.1 Transformaciones en la moda: Tribus urbanas y movimientos sociales

Es importante considerar ¿Por qué la moda con el pasar de los años sigue vendiendo y no se ha quedado atrás? La respuesta yace en que, no deja de ser una de las hijas predilectas del capitalismo y siempre se adapta a lo que el consumidor quiere o a su vez crea ilusiones acerca de lo que se necesita.

Hay que recordar que la moda no sólo se refiere a ropa, sino también a literatura, arquitectura arte, demás esferas, y por supuesto, también de pensamiento, los cuales conllevan ideales políticos, culturales, sociales, lo más importante es que si se presenta la oportunidad de lucir estos ideales en una prenda, es obvio que se va a optar por adquirirla.

Es así como mientras más se popularice un movimiento social o un ideal, más adeptos buscarán un sello distintivo, un logo, un color o simplemente una prenda que refleje aceptación para los simpatizantes y a su vez, rebeldía, rechazo e incluso burla para grupos de oposición.

Para ejemplificar está el uso de tela jean o *denim*, que nace para responder a las necesidades de trabajo debido a la resistencia del material, luego jóvenes la usan para contradecir a quienes repudiaban a la clase obrera y poseían ideales estrictos de cómo debía vestir un joven de la socialité, el jean toma su contrapartida, ganando ese duelo a tal punto que el jean llegó a convertirse en un básico, es decir, en una prenda que existe en el armario de cualquier persona.

Siguiendo esta línea, algo similar ocurre con las tribus urbanas, la rebeldía, y la resignificación de las prendas. Una visibilización clara de esto, es la que la tribu urbana de los *rockabilles* y el *punk* hicieron con la chaqueta de cuero, lo que en un inicio era propia del ejército y policía, se adaptó, cambió, se agregó accesorios y terminó siendo un símbolo completamente diferente.

Los parches, las cadenas, la apariencia desgastada y rota le dieron una connotación de protesta así, “la mayoría de los estilos nuevos sólo causan sorpresa, desdén, diversión o admiración; el *punk look* provocó simultáneamente sentimientos de rabia, culpa,

compasión y miedo; era una moda que avanzaba hacia la protesta política” (Lurie, 1994, p. 180). ambos casos, los precursores son gente joven, quienes impulsan a su vez revoluciones y en el camino buscan diferenciarse de manera visible, usando como herramienta la moda, la cual responde con infinidad de opciones.

Sin embargo, existirán prendas las cuales no siempre aparecen como una invención totalmente nueva, propia de una época, sino que se puede dar la reinterpretación de prendas nacidas en épocas pasadas y en otros contextos, de tal forma que el pasado vuelve de una manera que raya en lo nostálgico, hacia algo que nunca se vivió pero que lleva impregnada la sensación de que los tiempos de antaño eran mejores. “En tiempos de depresión, la nostalgia por un pasado mejor reemplaza a la esperanza de un futuro mejor” (Lurie, 1994, p.14). Consecuentemente, al involucrarse las emociones hace que todo se pueda vender más y más fácil.

1.1.2.2 Apariencia y el acto del vestir

Así como la ropa puede brindar nuevos significados, también pueden mostrar des-significados o una apariencia falsa. A pesar de que siempre se persiga un fin determinado, no siempre lo que se usa se lo hace de manera consciente, como tampoco el que se vista de manera elegante signifique exactamente que se posea un estilo de vida acomodado. De esta forma, a los individuos de la sociedad “se les pide que crean que el sujeto que ven posee en realidad los atributos que aparenta poseer” (Goffman, 1989, p.29).

He aquí otro concepto intrínseco de la moda propuesto por Erving Goffman (1989) sobre las apariencias, pero ¿qué tan cierta se convierte la imagen que se quiere proyectar o si en realidad se refleja lo que busca? Usualmente las personas buscan aparentar un estrato social elevado, lo cierto es que pocos lo logran de una manera casi imperceptible como si fuera cierto, esto depende de la combinación de prendas, el material y por así decirlo, que tan buena sea la copia de una prenda para simular su originalidad, esto último se tratará más adelante.

Por otro lado, esto no quiere decir que sea la única aspiración de apariencia deseada, también influirá el fin que se persiga, es así como en una cita romántica y al entender su naturaleza, ambas partes están interesadas y usarán prendas que resalten mejor ciertas zonas de su cuerpo.

Sentirse protagonista de la propia transformación, de la mejora del aspecto externo a través de una estrategia que tienda a evaluar los puntos débiles y los puntos fuertes del cuerpo para corregir los primeros y valorar los segundos, proporciona también el placer estético de admirar, en la propia imagen reflejada, una nueva y palpitante creación de uno mismo (Squicciarino, 1998, p.139).

Es así como las mujeres que conocen su tipo de cuerpo usarán ropa ceñida o suelta dependiendo de las zonas a resaltarse, en los hombres, y en la generalidad querrán resaltar hombros anchos o verse corpulentos, en el caso de los últimos y debido a la poca flexibilidad que ha demostrado la silueta masculina, tendrán menos opciones de estilo, pero esto no quiere decir que con las prendas que tengan a su alcance no las usarán como armas de seducción.

A su vez, la seducción, así como la fachada en un intento de una apariencia distinta, moldeando una imagen a su gusto que puede como no ser real, entra en una categoría diferente a la de la realidad, y se empieza a concebir como una ilusión, “seducir es morir como realidad y producirse como ilusión” (Baudrillard, 1981, p. 64).

Así en el acto íntimo y personal del vestir, se preparará para una exhibición pública, en la cual, además de usar prendas de vestir, también se lucirán accesorios y en el caso de las mujeres, incluso maquillaje, lo que ayuda a resaltar un grado de feminidad añadida, y en el caso de llevar una ropa que parezca masculina, la industria cosmética contribuye enormemente a mitigar esta apariencia, para que aun vistiendo ropa de esta naturaleza no se pierda la sutileza.

Por otro lado, habrá quienes sostengan que no se preocupan en absoluto por su imagen, pero y al igual que con ejemplo de la cita ¿qué sucede cuando se tiene una entrevista de trabajo, una reunión importante o un asunto del que dependa altos intereses personales? Allí precisamente es cuando la imagen personal es la que más importa, y no querrán ir desaliñados, vestidos con ropa no acorde a la ocasión y mucho menos con prendas sucias.

No hay que olvidar que de todas maneras el vestir a pesar de no hablar palabras como tales, sigue siendo un lenguaje, mismo que busca transmitir un mensaje, de ahí que se puede juzgar acerca del cómo se viste, cuál es el objetivo a alcanza e incluso un porqué. “El significado de cualquier prenda de vestir depende de las circunstancias” (Lurie, 1996, p.31).

Este conjunto de conceptos, para Erving Goffman (1989) se denomina como la fachada, la cual, por supuesto ocupa un lugar dentro de la vida cotidiana y, por tanto, en la interacción social, “la fachada, entonces, es la dotación expresiva de tipo corriente empleada intencional o inconscientemente por el individuo durante su actuación” (Goffman, 1989, p.34).

Así, estos hechos se configuran como un determinante crucial, que podrán tanto ayudar y facilitar a alcanzar lo que se quiere, como puede entorpecer el proceso y muy probablemente provocar un fracaso.

De allí que la presentación del ser humano de manera individual, en y para inmiscuirse en la sociedad donde el juicio de la primera impresión cada vez se vuelve más importante. Así la imagen se volverá en un sinónimo, entrando también de esta manera al mundo del capitalismo y sometándose al mismo, dentro de los estándares de belleza, gustos y a su vez distinción (Bourdieu, 1998).

1.1.2.3 Consumo masivo y democratización de la moda

La industria de la moda, vista de esta manera puede sonar frívola, perversa e incluso

manipuladora pero más allá de lo que se puede pensar sobre esta, hay que reconocer, que es algo inseparable del ser humano, puede que algunas prendas generen rechazo, pero aún más rechazo y escándalo genera el no llevar prendas encima en la mayoría de contextos y sociedades como ya se lo señaló anteriormente.

Sobre el consumismo, ay que resaltar lo cambiante que resulta la moda en cuento a su codependencia social, así pues, si pensamiento cambia también la ropa, y la moda vuelve a reinventarse, lo que hasta cierto punto hace del ciclo del consumo un laberinto, donde durante el transcurso puede que se choquen los caminos de las tendencias y regresen o a su vez brinde la opción de seguir avanzando con otras reinterpretaciones, siempre constante a medida que pasa el tiempo.

De todas maneras, dentro de este proceso cíclico también es importante el toque de creatividad. Siempre se dice que las modas regresan cada cierto tiempo, pero lo que no se menciona es que regresa de acuerdo a las condiciones sociales y cómo estas se parecen a hechos que ya ocurrieron.

Así mismo, las necesidades de vestirse varían ya no solo en cuestión de temporadas sino, a más de ser algo vital; por así llamarlo, a la de estar vestido y no desnudo, se vuelve una compra por impulso. “La cultura a diferencia de la moda, que se caracteriza precisamente por la obsesión de una búsqueda continua de la novedad y, por tanto, está marcada por un ritmo de breves espacios de tiempo (Squicciarino, 1998, p.152)”.

De igual forma, la moda puede presentarse como una distracción al salir de compras para luego presentarse en un lujo combinatorio de prendas. En parte este proceso de aceleración de la compra de ropa también se debe a las campañas publicitarias desarrolladas para vender y más no a una necesidad real del comprador, Baudrillard (2009) definiría a este tipo de necesidades no como las que producen el consumo, sino como las que el consumo crea.

Comercializando prendas como si fueran inversión real en la imagen personal, en atuendos

que evidentemente no se necesita. Así se crean nuevas prendas a diario y promociones de manera directamente proporcional para no perder el interés del comprador, lo que lleva al consumidor a una ansiedad desmesurada por gastar.

Si bien, la idea del consumo parte de las necesidades y la moda se ve como una adaptación a las mismas, en su momento nació el *Haute Couture* o alta costura: exclusiva y costosa, pensada para las clases sociales altas, pero llegada la época de precariedad y pobreza, la industria de la moda tuvo que dejar de pensar para ellos y para sí misma. Acelerando el proceso de democratización del vestir. “La expansión social de la moda no ganó de forma inmediata a las clases inferiores. Durante siglos el vestido respetó globalmente la jerarquía de las condiciones” (Lipovetsky, 1996, p.43).

En otras palabras, este tipo de segmentación, de vestir bajo medida requería por sobre todo dinero para poder gastar en diseños únicos, pero una vez llegada la crisis, esta idea no sonaba tan acorde a la realidad lo que llevó a dejar de pensar en el diseñador como creador independiente del sistema económico y pensar hacia el público como consumidor capaz de mover la economía.

Esto significaba dar un paso a la producción en masa para la clase media e incluso baja, la aceleración de los procesos de producción, la disminución en los costos, pero también en la calidad. En pocas palabras, crear una moda para todos, esta idea quien, por su parte la popularizó Yves Saint Laurent con la inauguración de su cadena de tiendas *Prêt-à-porter*, en donde básicamente la idea era reproducir varios de sus diseños ya no como prendas únicas sino varias de los mismas.

Sin embargo, al ser prendas de su marca, no dejaban de verse llamativas, al poder ser asequibles para mujeres de clase media, atendiendo también a un mercado diferente, pero con la misma necesidad. Hay que reconocer que no eran del todo baratas, pero dan la pauta para lo que hoy se conoce como el *fast fashion* o moda rápida, la cual es reconocida por su producción en serie en grandes cantidades y en bajísima calidad.

1.1.2.4 ¿Aspiración o distinción?

De los conceptos de copia y originalidad, hay que diferenciar claramente la pertenencia de prendas provenientes de casas de alta costura con todo lo que implican y sus copias que pueden ser encontradas en cualquier tienda de la ciudad.

Estas últimas usualmente están dirigidas para aquellos que no pueden pagar los elevados costos que exigen las prendas originales, tienen otras necesidades y otros gastos, es así como estos atuendos en su mayoría, llevan visibles los nombres, o a su vez logos de las grandes casas de alta costura.

El verdadero principio de las diferencias que se observan en el terreno del consumo y bastante más allá, es la oposición entre los gustos de lujo (o de libertad) y los gustos de necesidad: los primeros son propios de aquellos individuos producto de unas condiciones materiales de existencia definidas por la distancia con respecto a la necesidad, por las libertades o, como a veces se dice, por las facilidades que asegura la posesión de un capital; los segundos expresan, en su propio ajustamiento, las necesidades de las que son producto (Bourdieu, 1991, p.177)

Pero esto no quiere decir que las letras gigantescas y llamativas estén segmentadas exclusivamente hacia la producción barata y para clases sociales bajas, sino también las casas con diseñadores de renombre suelen crear ropa de este estilo. Como es de esperarse estos atuendos no poseen diseños compuestos o mayor trabajo de confección.

Para entenderlo mejor, la diseñadora venezolana Carolina Herrera⁶ posee dos líneas de producción de prendas de vestir, la primera bajo la firma “Carolina Herrera” como tal, línea que corresponde a la casa de alta costura, dedicada al diseño exclusivo, elegante y para personas amantes de la moda, que entienden o saben lucir este tipo de trajes.

6. Inicia en el mundo de la moda a los 42 años. Para la década de los ochentas presentó su primera colección. Una de las prendas más icónicas de la diseñadora es la camisa blanca. Sus diseños son considerados conservadores y para una mujer que no se adapta a la sociedad moderna, de allí que tras su muerte se consideró que fue el triunfo de “la moda intelectual”.



Figura No.8 Diseñadora Carolina Herrera elaborando un vestido

Mientras que la línea secundaria de Herrera, existe con el nombre de “*Ready to wear CH Carolina Herrera*” esta además de ser más barata que la primera, se diferencia en que no existen más allá de prendas básicas como camisetas blancas con un estampado por todos lados con esas iniciales, vestidos sencillos, polos y demás básicos, en otras palabras, está orientada para personas que pueden poseer el capital económico pero no necesariamente un capital cultural y social (Bourdieu, 1991) que exija lucir diseños bajo la firma del primero.

De esta forma también es como se configura el lujo, es cual de ninguna manera es popular, no está destinado para todos y llega a tener un tal punto de exclusividad que no necesita un logo. Para Lipovestsky (2003) las personas que pueden alcanzar este tipo de bienes, al ser reducido se considera un sector marginal de la sociedad.

Si bien, puede sonar clasista, hay que reconocer que esta marca al igual que otras, han comprendido que hay que producir para todos. Puesto que todos consumen, pero no de la misma manera, creando de esta manera también una diferenciación, de allí que “el consumo es una institución de clase (...) es decir, no todos tienen los mismos objetos, del mismo modo que no todos tienen las mismas oportunidades” (Baudrillard, 2009, p. 53).

Así mientras un grupo, prioriza el diseño y la calidad, los segundos buscarán una llamativa

presentación en la sociedad, con diseños no tan elaborados, y que sobre todo que se visibilice el nombre, que no se pierda el sentido de lo que les ha costado adquirir la prenda.

Por otro lado, así como existen copias de la ropa de alta costura también existe réplica o inspiración en culturas que son diferentes y que incluso entran en la categoría de “exóticas”, al tener características ajenas a las de determinado país o cierta cultura, sus rasgos distintivos llaman la atención y pueden volverse musa para diseños y diseñadores.

La inspiración siempre está inmersa en el proceso creativo del diseño, pero cuando sobrepasa las barreras de detalles y formas lejanas, hasta convertirse en una copia básicamente exacta con ligeros cambios o modificaciones, también puede considerarse como apropiación cultural.

La curiosidad por lo desconocido asume un papel protagónico en las relaciones de consumo y poder, debido a que se están tomando las raíces propias de una cultura y se usa para masificarlo, no precisamente para las personas de las mismas comunidades o región a manera de reinterpretación sino más bien para aquellos que son ajenos.

Cuando se reconoce, acepta e anuncia claramente acerca del modelo referencial e inspiracional, contando la historia y origen, no se reconoce como apropiación cultural. En términos del etnólogo alemán Leo Frobenius (1933) esto se conoce como difusión transcultural.

Paralelamente, dentro de estos procesos, y más aún cuando ya se han llegado a la parte de difusión hacia los diferentes estratos sociales y este caso en particular, para las clases medias-bajas y bajas se suelen tomar demasiados elementos que pueden o no guardar relación entre sí, volviéndose una especie de collage que fusiona, sin distinción, separación, ni clasificación de ningún tipo en una sola prenda diversos conceptos, que hasta cierto punto resulta ser grotesco, de allí y a breves rasgos el concepto que Tomas Kulka (2011) denomina como “kitsch”.

El kitsch siempre suele estar relacionado a las clases sociales bajas como ya se mencionó, por la carencia de gusto el general, a día de hoy, sin embargo y gracias a la globalización puede considerarse una estética y ya no tan desagradable sino más bien que resulta divertido para quien lo usa o lo ve.

La dialéctica de lo feo también absorbe la categoría de lo bello; lo kitsch es, desde este punto de vista, lo bello en tanto que feo, tabuizado en nombre de lo bello que fue en otros tiempos ya lo que contradice debido a la ausencia de su contrario (Adorno, 2004, p. 94).

Empero, esto de ninguna manera esto se trasladará a la socialité puesto que aquí se definen no como un cúmulo de ideas mezcladas para crear un diseño de mal gusto, sino más bien se atribuirá al resultado de un proceso investigativo y de inspiración, que tiene una interpretación digna de toda una obra de arte, que en el caso que resulte confusa, absurda o sobrecargada de elementos se puede considerar como arte abstracto, contemporáneo, dirigido exclusivamente a un selecto grupo de personas con un criterio formado, educado y por tanto, únicos capaces de entender las implicaciones de dichas obras.

Retomando las idas anteriores con respecto al reflejo de todo el contexto social, hay que hablar de la categoría del poder y como las tendencias se multiplican, si bien, hoy en día este proceso se ha agilizado y facilitado debido a la aparición de internet las redes sociales, la globalización, la facilidad de acceso a la información a cada momento, donde y cuando se quiere en cuanto a las condiciones lo permitan.

En el siglo XX y por supuesto, incluso antes, con un proceso más lento también se daba la diversificación de todo tipo de mensaje y dependía de la potencia económica del país que se encuentre en bonanza en determinado momento. “Lo que hace que un país esté de moda en la mayoría de los casos es la alianza o el poder económico y político (aunque ocasionalmente seguirá estando de moda durante algún tiempo después de que su poder comience a declinar, como en el caso de Francia)” (Lurie, 1994, p.105).

La ropa no deja de ser un importante mensaje, que como lo dicho, se buscaba replicar la indumentaria. Así el país que posea el control político, económico, cultura sería el que imponga lo que se va a vestir en la temporada. Es así como París llegó a convertirse en la cuna de la moda femenina e Inglaterra en el lugar de nacimiento de la moda masculina.

Más adelante, y como era de suponerse, principalmente cuando existían conflictos bélicos, así como vestirse con ropas que permitan ver piel es rebeldía, para la época vestirse con la moda de origen extranjero significaba ser simpatizante del país de origen.

Para Alison Lurie (1994) en este tipo de circunstancias se apelaba por el sentimiento patriótico exigiendo llevar consigo prendas que aludan al origen propio y rechacen lo ajeno, en sus formas, siluetas y colores. Llegando así, de alguna manera a cambiar el inconsciente de las personas sustituyendo lo extraño por el amor al consumo del producto fabricado en territorio propio. Promoviendo así la identidad nacional.

Así pues, se vuelven populares ciertos tipos de cuerpos o figuras con la ayuda de ciertas figuras influyentes, quienes al presentarse como un “ejemplo” a seguir, otros querrán imitarlo.

Para ejemplificar, la aristocracia de *la Belle époque*, con sus accesorios estrafalarios, sus numerosas capas de ropa, detalles e insumos costosos para fabricar las prendas de primera calidad, donde para las clases sociales inferiores se les hacía imposible darse tantos lujos, no obstante, hacían lo posible por replicar o parecerse a quienes, a las clases acomodadas, convirtiéndose en una aspiración.

Desde allí se configuran los gustos, desde la aspiración a cierto estilo de vida, usualmente a una vida llena de lujos y sin espacio para la precariedad, pero tampoco para los juicios, sin pensar en lo costoso que sea cierta prenda, lo incómodo o ridículo que parezca porque simplemente porque quien lo viste puede hacer que eleve su status social.

1.1.3 Cine y revistas

De las épocas de aristocracia y monarquías, al mundo contemporáneo ha pasado mucho tiempo y con ello ha cambiado la forma de concebir quienes son los que imponen el estilo o la manera de vestir que puede considerarse como la correcta, es decir, aquellos que, a más de inspirar aspiración, ejerzan influencia.

Para *la Belle époque* se aspiraba a vestir como las clases sociales altas, pero desde la década de los años veinte en adelante, con la popularización del cine, los “*Fashion Icons*” o íconos de la moda son quienes determinan la moda, pasan a ser los protagonistas no solo de las películas sino también en la sociedad.

El auge y éxito de estas películas, también proviene por el contexto oscuro y de decadencia debido a la gran depresión, el cine aparece como una distracción de lo que estaba sucediendo, así consumían más productos de esta industria, a su vez más estereotipos y más imágenes a imitar. Es así como “en el campo cultural se erigen figuras casi divinas, monstruos sagrados que gozan de una consagración sin igual” (Lipovetsky, 1996, p.106).

Las industrias culturales denominadas así por Max Horkheimer y Theodor Adorno (1998) toman su papel influyente dentro de la sociedad, no sólo con el caso del cine, sino también con la prensa y sus claras insinuaciones sobre lo popular y novedoso sobre, en este caso, la indumentaria de las sociedades.

A lo largo del siglo XX, la prensa femenina, la publicidad, el cine, la fotografía de modas han difundido por primera vez las normas y las imágenes ideales de lo femenino a gran escala. Con las estrellas, las modelos y las imágenes de pin-up, los modelos superlativos de la feminidad salen del reino de lo excepcional e invaden la vida cotidiana (Lipovetsky, 2007 p.119).

De allí que la propagación de nuevos criterios estéticos y de gustos dentro del mundo de

la moda se vuelve mucho más sencillo. Creando así otra importante relación, entre el cine, modistos y moda. Esta última que ya no se verá reducida o destinada únicamente a cierto grupo social, sino que se propagará más y más rápido, haciendo que los estereotipos se marquen cada vez más y para todos, siendo así “La moda es un todo normativo, una ley sin grado” (Barthes, 1978, p.32).

El sentido de la aspiración cambia, ya no se desea exactamente ser miembro de una socialité lejana y prácticamente desconocida en su cotidianeidad, sino que más bien se trata de convertirse en quienes se pueden admirar desde la cercanía de una historia contada real o imaginaria, o través de fotografías que puedan brindar un contexto. “Ciertamente, el cine ha inventado estrellas más realistas y menos distantes, pero siempre dotadas de belleza y una fuerza seductora fuera de serie” (Lipovetsky, 1996, p. 246).

Es decir, encarnan un sueño, la nueva aspiración. “La mujer de moda es lo que la lectora es y lo que sueña ser; su perfil psicológico es más o menos el de todas las celebridades «contadas» cotidianamente por la cultura de masas” (Barthes, 1978, p.223). Sin embargo, esto no quiere decir que estos íconos tengan una estrecha relación con el sentido estético y líneas de moda construidas por las casas de alta costura, puesto que también pueden seguir otras líneas de acuerdo a su estilo personal, pero de todas maneras puede ser objeto de imitación.

Finalmente, no habría de importar el cuestionamiento del sentido de lo real e imaginario, sino más bien la apariencia y la proyección de la presentación en la sociedad, sin perder la identidad propia al momento de seguir ciertos estereotipos preestablecidos o ciertos estilos pertenecientes a otros, que no tienen nada que ver con la realidad inmediata de uno mismo.

1.1.3.1 Estética: Belleza y estereotipos

Tanto en el cine como en las revistas se observa una clara supremacía de la imagen del sujeto protagonista por sobre toda la composición fotográfica. Ahora bien, esto no es el

caso de una revista o un filme en específico, sino de la generalidad.

Al producirse una masificación de imágenes por doquier, el receptor de este tipo de contenido se vuelve consumidor, y no sólo eso, al ver una imagen con un solo patrón repetitivo se convierte en determinante. De la misma manera que se vuelve un modelo a seguir diferente al aspiracional de los *fashion icons*, se convierte ejemplo de estilo de vida aspiracional. Así mismo, “el éxito comercial sigue siendo una condición previa [...] se tratará de integrar el máximo de nombres conocidos, tanto entre los actores como entre los realizadores y los técnicos. Para atenuar la influencia de las modas o de los fenómenos de imitación” (Sorlin, 1985, p. 173).

El estilo de vida y las revistas de moda están directamente relacionados, puesto que persuaden a que si una persona viste de cierta manera o luce determinados accesorios automáticamente por poseerlos eleva su clase social, esto evidentemente, incita al consumo.

En el caso del cine, cuando existen películas que poseen un tipo de connotación parecida sucede algo similar, al igual que su expansión de popularidad dentro del medio incrementa, su influencia va en aumento. No obstante, es preciso señalar que, a pesar de brindar una idea de cercanía con los protagonistas, esto no es más que una ilusión.

Se trata de una concepción fuertemente jerarquizada, que limita los intercambios a un círculo limitado, favorece los nexos individuales, no evoca más que relaciones estables y de un solo sentido (obsesión del héroe, fijación de los satélites en la “estrella”), no considera ninguna posibilidad de interacción ni de influencias recíprocas (Sorlin, 1985, p.154).

De forma similar se presenta el ejercicio del poder masculino sobre las mujeres y su manera de influir en la apariencia física femenina, así también están otras maneras de demostrar su dominio como en el caso de las fotografías de moda, puesto que usualmente

las mujeres aparecen más pequeñas de estatura que los hombres, incluso si usan tacones.

De hecho, se supone tan completamente que las diferencias de tamaño se correlacionarán con las diferencias de peso social que el tamaño relativo se puede utilizar de forma rutinaria como un medio para garantizar que la historia de la imagen sea comprensible de un vistazo (Goffman, 1987, p. 28).



Figura No.9 Fotografía de un hombre y una mujer del siglo XX para una revista de moda



Figura No.10 Una pareja posando para una revista.

Llegada esta instancia, se retoma el concepto de los cuerpos, pero desde una diferente perspectiva. Si bien, los cuerpos se van remodelando con ayuda de la indumentaria, se cuestiona ¿qué determina la silueta de los cuerpos? El consumo de este tipo imágenes tiene la respuesta, simultáneamente se vuelve aspiracional un estilo de vida, se populariza todo lo que este envuelve, no solo un auto nuevo o una casa grande, sino también una silueta esbelta.

Es así como se reconfiguran las concepciones de modelos de lo que es bello o estéticamente aceptado, al producir y reproducir imágenes adaptadas para el fácil entendimiento de todos. “A través de la liberación de las formas, las líneas, los colores y las concepciones estéticas, a través de la mezcla de todas las culturas y todos los estilos,

nuestra sociedad ha producido una estetización general” (Baudrillard, 1991, p.21). Es decir, un sentido acerca de que es lo bello y que no, para todos.

Partiendo de la influencia de las industrias culturales, se crea entonces, la idea que, únicamente luciendo como protagonistas de películas con pieles perfectas o modelos de revistas excesivamente delgadas, se podrá alcanzar la perfección. La obsesión por convertirse en ellos, lleva también a demandar cambios en la apariencia. Originándose entonces industrias que respondan a esta necesidad, como es el caso de las costosas y drásticas: cirugías estéticas; o también la variedad de productos ofrecen la industria cosmética, esto último para Margarita Rivière (2000) *lo entiende como un mercado de la perfección*.

El espacio para el cuestionamiento acerca de los medios para conseguir la apariencia deseada no tiene cabida. Sin embargo, a pesar de todos los esfuerzos el cambio no garantiza, en la vida real, una transformación como tal en el estilo de vida, pero sí una fachada (Goffman, 1989) social y superficial de mejoramiento dentro de su círculo.

Es así como la masificación de imágenes por medio de la difusión de contenido a través de las industrias culturales va cada vez más en aumento (Benjamin, 2003). En el mundo contemporáneo aún más, con el apareamiento de internet y sin mencionar el uso de redes sociales, configuran y perpetúan el mantenerse este tipo de cuerpos, los cuales, aunque ciertos grupos sociales se opongan, no desaparecen debido al profundo arraigo social sobre lo aspiracional que ha resultado.

1.1.4 Semiótica: la moda como signo

La moda además de ser un reflejo social con sus múltiples transformaciones y representaciones, a su vez es comunicación, partiendo del hecho que el vestido transmite mensajes incluso antes de hablar o establecer algún tipo de relación con otras personas dentro de la interacción.

Hasta cierto punto podría valerse por sí sola dentro del proceso comunicativo, ya sea transmitir mensaje cierto o errado. En términos generales “El vestido es comunicación” (Eco, 1976, p.9). Esto se debe a que la moda en cuanto a indumentaria engloba diversos aspectos en cuanto a relaciones sociales, ya sea interacción, apariencia, poder, belleza, estética y seducción.

Es así como puede expresar un significado, si bien esto no quiere decir que único e irrefutable, puesto que, de la misma manera, podrá tener diferentes interpretaciones dependiendo tanto del imaginario común como de lo que represente en sí. La semiótica “Es una aventura, es decir, lo que adviene lo me adviene (lo que me viene del significante). Esta aventura (personal, pero no subjetiva, porque lo escenificado en ella es precisamente el desplazamiento del sujeto y no su expresión)” (Barthes, 1993, p.10).

Dentro de lo que para Barthes (1993) se denomina una aventura, también hay que tomar en cuenta de las prendas combinadas, se hace un énfasis aquí debido a que una sola prenda por si puede tener un significado totalmente diferente a que si se utiliza un extra. Puesto que todo deviene con un mensaje como tal, así toda prenda pasa por un proceso de confección que, que implica el tipo de tela, la calidad del material, el color o estampado y demás, lo que finalmente llevara al precio y reflejará o llevara impregnado un mensaje extra hacia el juego de roles dentro de la sociedad.

Al entender este tipo de implicaciones dentro del vestido, es que se llega a configurar la manera de vestir de acuerdo a ciertas situaciones. Por ejemplo, en una entrevista de trabajo, lo usual será ver a un jefe con una chaqueta que se ajusta perfectamente a su cuerpo, porque como ya se ha visto anteriormente, esta prenda es sinónimo de poder, en este caso indica la jerarquía dentro de empresa u oficina. Sin embargo, no tendrá el mismo significado usar esta prenda en un gimnasio, porque se lucirá desentonado para el lugar.

Los cuellos flexibles son vistos como inapropiados para los negocios, porque se asume que su falta de forma rígida revela una

correspondiente “dejadez” del que los usa; mientras que una bata y chancletas, por el otro lado, se ha convertido en signos casi proverbiales de comodidad y relajación (*Flügel, 2020, p.67*).

Aunque una prenda sea considerada como un signo de poder, distinción, entre otras, también puede perder su significado dependiendo de su contexto, es así que dependerá mucho de la situación en la que se vea envuelta.

De la misma manera sucede con los colores, mientras que las tonalidades negras pueden resultar soberbias o egocéntricas, no sucederá lo mismo con la gama de los amarillos que pueden resultar más alegres, o un azul marino puede resultar a su vez ejecutivo y cercano. “Quien nada sabe de los efectos universales y el simbolismo de los colores y de fía sólo de intuición siempre será aventajado por aquellos que han adquirido conocimientos adicionales” (*Heller, 2008, p.17*).

Las construcciones sociales de acuerdo a este tipo de conceptos también influirán en la percepción de los mismos de allí que autores como Umberto Eco (1986) tratan conceptos como la connotación y denotación. Separando entonces lo que es una prenda como tal a lo que está puede significar para una persona o para la colectividad.

El vestir va mucho más allá de escoger un atuendo a diario o de seguir una tendencia, se trata de entablar comunicación sin necesidad de palabras. “En efecto, un signo es exclusivamente una unidad (palabra, dibujo, objeto) utilizado en lugar de otra unidad, para designar a esta última y permitir trabar una comunicación a propósito de ella. Signo y comunicación son inseparables” (*Sorlin, 1985, p.44*).

La indumentaria como signo y el vestido cotidiano determinan las relaciones sociales, no sólo por lo que significan como tal, sino por el bagaje histórico que implican y aún más importantes serán cuando quien vista lo haga con conciencia del mensaje.

Así pues, no solo la moda de la ropa sino en general la moda y todos los tiempos

interpretativos están sujetos a variaciones dentro del proceso de entendimiento y dependerá del ser humano como tal, la visión que quiera dar sobre una variante determinada y también la opinión que ejerza.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 General:

Entender el uso de la moda como discurso estético.

1.2.2 Específicos:

1. Argumentar sobre la función del vestuario desde una perspectiva comunicacional y social.
2. Comparar los discursos de género y estéticos presentes en la moda.
3. Reflexionar sobre la moda como un discurso estético a través del cine.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2. 1 Metodología

En presente trabajo investigativo, parte del entendimiento del origen de carácter biográfico de la película “*Yves Saint Laurent*” (2014) de la productora Canal+, la cual al ser objeto de estudio, permite establece un proceso metodológico de carácter cualitativo aplicando un análisis de contenido y descriptivo. De esta forma, se hace necesario tener en cuenta los años en los que se realizaron las creaciones del diseñador para poder contextualizar social e históricamente su significado, permitiendo visibilizar el sentido estético, desde una perspectiva comunicativa del mundo de la moda y la producción cinematográfica.

La investigación se divide de la siguiente manera: una primera fase, parte una exploración y consideración de tesis a nivel de maestrías y doctorados en su mayoría, relacionadas a la comunicación y estudios sociales, en estas investigaciones, se estudió sobre el cine, la moda, la estética y; las industrias culturales; esto con el fin de asentar las bases para el desarrollo de la conceptualización y discusión de las diferentes categorías presentes en el marco teórico.

A partir de esto, la presencia de los principios de la tríada sémica propuesta por Charles Peirce (1935) para interpretar de manera detallada y completa el uso de la moda, como un discurso estético y herramienta comunicativa, aplicada al cine.

Si bien, para Peirce (1935) la relación triádica comprende la primeridad, segundidad y terceridad, para el análisis del objeto estudio no se explorará a fondo la primera categoría, debido a que, al hacer referencia al signo en sí, se limitará a la observación del diseño de la prenda como tal, es decir, a la percepción visual de la creación del modisto.

Llegado a este punto se hace necesario definir a lo que se concibe como signo: “Un signo es la correlación de una forma significativa a una (a una jerarquía de) unidad que definiremos como significado. En este sentido, el signo es siempre semióticamente

autónomo respecto de los objetos a los que puede ser referido” (Eco, 1994, p.169). Es decir, que puede gozar de una independencia en cuanto al contenido intrínseco, pero que de todas maneras cuando se ve inmerso en un proceso comunicativo está ligado a inevitablemente a expresar un mensaje o significado.

De allí que se establece la importancia del análisis profundo de la segunda y tercera categoría de Peirce (1935) aplicada a los diseños de Yves Saint Laurent. En cuanto a la segundidad, se ve aplicada la relación signo-objeto, sobre la construcción de las expresiones, como lo son las prendas, en otras palabras, refiere a la configuración de la indumentaria y por como esta se conforma de varios elementos. La terceridad por su parte, incluye la valoración de quien percibe el vestido, no siendo únicamente asunto del modisto sino también del valor de pensamiento del receptor.

Una vez asimilados estos principios, se considera prudente tomar como guía la tesis de doctorado en comunicación audiovisual y publicidad de Rocío Luque Magañas (2015) la cual aborda de manera detallada el análisis a creaciones de diseñadores, provenientes de casas de moda de alta costura o *Haute Couture*.

Rocío Luque Magañas (2015) propone para dicho análisis dos rejillas, una respondiendo al principio de la segundidad, en la cual constan de varias unidades significantes, que ayudan a comprender la construcción de la existencia de las prendas. A continuación, se indica un análisis cuantitativo, en donde se señala con palabras puntuales la representación a la que pertenecen o a su vez que es o no. En cuanto a la última columna, en el análisis descriptivo, no se realizarán inferencias propias de la subjetividad, sino más bien se acotarán detalles sin juicios de valor.

Matriz de segundidad, fase construcción de la existencia

Imagen del diseño		
Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo

Silueta		
Proporción y línea		
Ritmo		
Funcionalidad		
Detalles		
Color		
Tejidos		
Estampados y adornos		
Materialidad		
Escenografía		
Tipo de desfile		
Actitud de la modelo		
Maquillaje		
Música		

Matriz 2
Fuente: Rocío Luque Magaña (2015)

Como se ha señalado, los signos son capaces de adquirir significado, y por tanto ser interpretados. La autora propone para este análisis de relación signo-contexto, a su vez una segunda matriz basada en el principio de la terceridad, en este caso, todos los aspectos a describir incluyen tanto interpretaciones, juicios y aportes para poder entender tanto lo que significaron las prendas en las épocas como los acontecimientos que llevaron a ciertas concepciones.

Matriz de terceridad, fase interpretativa o de valor de la existencia

Imagen del diseño	
Casa de Moda	
País	
Autor	
Colección/año	

Genealogía	
B/n- color. Fotografía	
Soporte	
Circunstancia	
Carácter	
Nivel interpretativo	
Características de la imagen	

Matriz 3

Fuente: Rocío Luque Magaña (2015)

De manera simultánea y para completar el proceso metodológico, se tomará en cuenta la investigación realizada por Manuela Elgue y Giuliana Villaamil (2019) quienes proceden a analizar el vestuario desde dos niveles: el connotativo y el denotativo.

Para la fase denotativa, Elgue y Villaamil (2019) se apoyan en referencias gráficas editadas con herramientas digitales. Es así como dividen este análisis en 4 momentos. Primero para poder apreciar de mejor manera los detalles presentes en las producciones audiovisuales realizan un acercamiento (figura 1), luego extraen la paleta de colores (figura 2), contrastan fondo y figura en cuanto a accesorios (figura 3), finalmente, describen brevemente que son los elementos a los que se les hizo un acercamiento (figura 4).

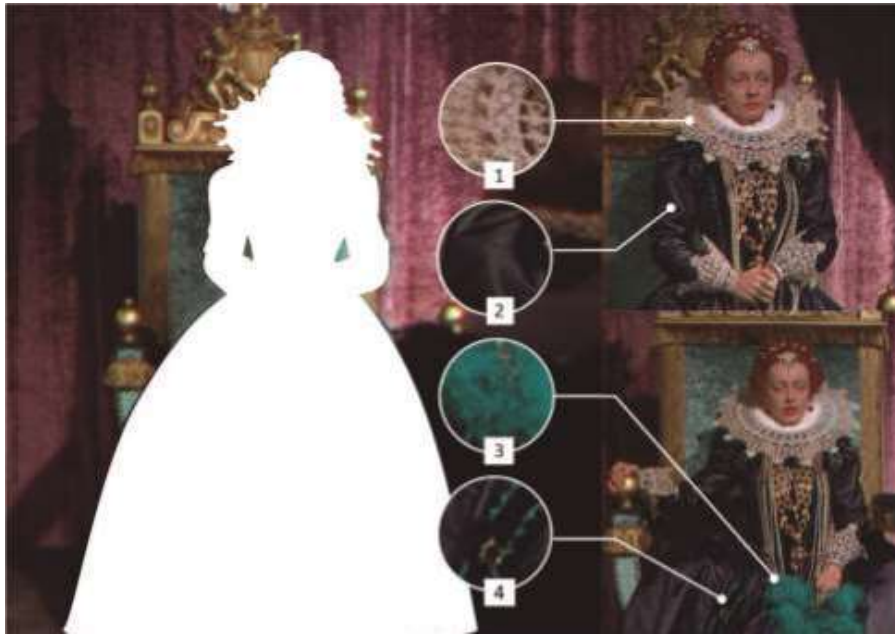


Figura No.11 Imagen de la Reina Elizabeth I, tomada como referencia de la tesis de Manuela Elque y Giuliana Villaamil.



Figura No.12 Paleta de colores extraída de la imagen de la Reina Elizabeth I, tomada como referencia de la tesis de Manuela Elque y Giuliana Villaamil.

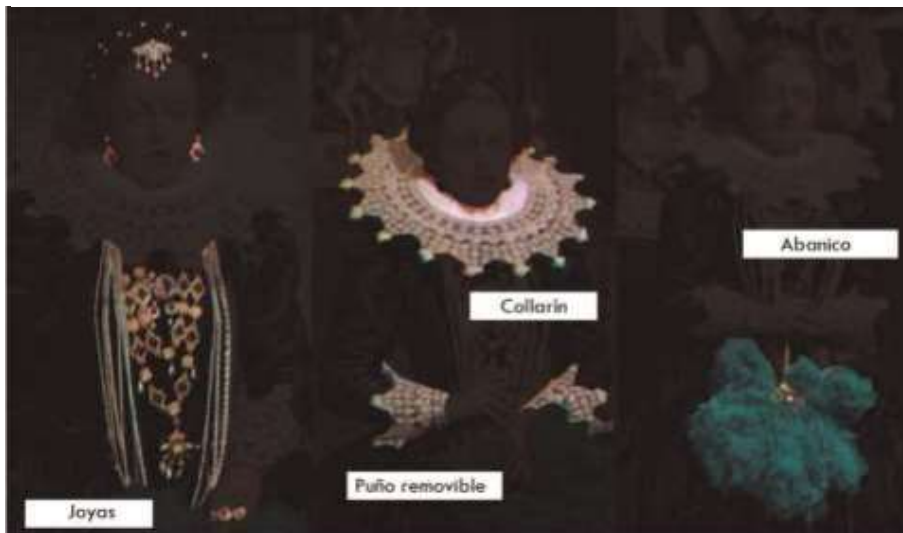


Figura No.13 Contrastación de fondo y figura de los accesorios, de la imagen de la Reina Elizabeth I, tomada como referencia de la tesis de Manuela Elque y Giuliana Villaamil.

- | | | | |
|--|---|--|--|
| 1. Tela rígida, opaca, entramada, calada, con patrón de formas ornamentales. | 2. Tela flexible, liviana, satinada, brillante, lisa. | 3. Material liviano, opaco, aparenta ser plumas. | 4. Ornamento, opaco, brillante y afelpado. |
|--|---|--|--|

Figura No.14 Descripción de los detalles expuestos en la figura No.1, de la imagen de la Reina Elizabeth I, tomada como referencia de la tesis de Manuela Elque y Giuliana Villaamil.

Adaptando este tipo de imágenes con retoque digital a la presente investigación, se empleará para la matriz de seguridad (matriz 1), ubicándose debajo del apartado “Imagen del diseño”. Se opta a por implementarlo en este sitio debido a que, si bien corresponde al nivel denotativo, este está estrechamente relacionado con la seguridad de Charles Peirce, al no incluirse valoraciones de ningún tipo, sujetándose entonces, únicamente a lo visual.

Para la matriz referida a la terceridad (matriz 2) no se optarán por imágenes con este tipo de intervención, sino más bien que se añadirán fotografías de los diseños originales del diseñador Saint Laurent, a fin de poder describir de la manera más precisa el significado que busca comunicar, conjuntamente con el contexto de la época.

En síntesis, se establecerá un análisis con la ayuda de dos matrices, en una primera etapa se desarrollará en la construcción de la existencia de los diseños, apoyado tanto en las imágenes propias del filme de la indumentaria presentada por el modisto Saint Laurent que aparece en el filme como en estas mismas ilustraciones, pero editadas con fines de mayor precisión, y a continuación se presentarán sus características. Para el segundo nivel, sobre lo interpretativa o de valor de la existencia, el análisis versará sobre el contexto de las prendas, y demás características, a su vez se adjuntará la imagen de la prenda original.

En general, para analizar los signos presentes en la película serán claves autores como: Umberto Eco, Roland Barthes y Charles Peirce, de quienes ya se han expuesto sus ideas con anterioridad, aportando con conceptualizaciones necesarias para apoyar esta investigación en cuanto a semiótica.

Por otro lado, para explicar los contextos y valoraciones estéticas, no sólo se optará por el juicio de la investigadora, sino que al tener en cuenta los años de cada creación, se hace importante tener las bases y conocimiento histórico de los hechos para justificar aquello, se tomarán en cuenta a teóricos como: Alison Lurie, Erving Goffman y Pierre Bourdieu.

Al existir diversidad de signos presentes en cada creación y de la misma manera contemplar algunos de ellos en las matrices de análisis, autores como Nicola Squicciarino quien responde al significado de prendas o accesorios, así como sus usos, y Eva Heller quien propone los significados de colores y su función.

Finalmente, de entre otras unidades análisis aparte de las expuestas, destaca el cuerpo, que en este caso presenta como objeto de análisis la silueta, trayendo a escena a autores como Michel Foucault y el juego del cuerpo en las relaciones sociales mediante la moda, estudiada por Jean Baudrillard.

De esta manera, con el planteamiento condensado en las matrices de análisis y mediante el apoyo de conceptos sólidos propuestos por diversos autores, se plantean las bases metodológicas que pretenden llegar a una interpretación lo más a fondo posible, respetando los criterios tanto denotativos y como connotativos que se desarrollarán.

2. 1 Materiales

Para la presente investigación los recursos empleados son:

Humanos: tutor Xavier Brito y, la investigadora Génesis Tipantasig.

Instituciones: La cooperación de la Universidad Técnica de Ambato y la Facultad de Jurisprudencia de Ciencias Sociales.

Físicos:

- Materiales de escritorio: hojas de papel bond, cuadernos, lápices, esferos y borradores.
- Herramientas tecnológicas: internet, celular, computadora, herramientas de edición de imágenes.

Económicos: Autofinanciación por parte de la investigadora.

CAPÍTULO III

RESULTADOS Y DISCUSIONES

3.1 Análisis y discusión de los resultados

3.1.1 Yves Saint Laurent

El diseñador Yves Henri Donat Mathieu-Saint-Laurent, también conocido como Yves Saint Laurent marcó un antes y un después en la industria de la moda, a partir de la repercusión de sus invenciones e influencia para la creación de piezas en el mundo contemporáneo, es que se lleva a cabo el rodaje de la producción cinematográfica con su nombre e inspirada en su vida, saliendo a la luz en el año 2014.

Esta película se convirtió en objeto de estudio, puesto que resume de manera creativa la vida del modisto, sin omitir sucesos importantes que marcaron el proceder del modisto y a su vez muestran claramente las creaciones de Saint Laurent, a tal punto que se recrearon los diseños originales para poder ser visualizados en las diversas escenas.

De allí que se evidencia desde el inicio de su trabajo en la Alta Costura con diseñador el Christian Dior, pasando por la creación de prendas sueltas, que no incluían corset y más bien, iban de acuerdo a las necesidades en función al rol de la mujer de la época, hasta llegar al proceso de democratización de la moda con la incursión en el *Prêt-à-porter*, la fusión del arte con la moda creando el famoso vestido Mondrian, hasta llegar a generar controversia con sus piezas inspiradas en otras épocas y en indumentaria masculina.

Es importante reconocer el por qué las reacciones polémicas hacia sus colecciones y la respuesta yace en que rompían con los estereotipos de su contexto, proponiendo a una mujer quien mediante su ropa exprese y se muestre más elegante libre, funcional y, por tanto, rebelde. Dentro de la misma producción cinematográfica, la cual se ve narrada desde la perspectiva de Pierre Bergé, quien fue su compañero de vida y dirigió junto a Saint Laurent su casa de modas, narra en una escena:

Con la colección “Liberación” el escándalo fue enorme. La nueva mujer Yves Saint Laurent lleva smoking como desafío, ya no es igual que el hombre, sino su adversario. Le cogiste el gusto a la insolencia, maltratabas a los burgueses, era un gesto social revolucionario y la revolución se vendía muy bien (Bolloré, Lespert, 2014).

Es así como no se puede escribir de Saint Laurent sin antes hacer alusión a la rebeldía y a la revolución. El diseñador entendió como la moda se reinventa de acuerdo al contexto, los sucesos, puede reflejar ideales, y en general identidad, es así como adaptó sus diseños, modificó la silueta de la mujer de la época y brindó la oportunidad de vestir de manera versátil y elegante simultáneamente.

Además de adaptar el smoking masculino para el uso de las mujeres, también creó otros diseños relevantes como: blusas elaboradas con telas translúcidas, cortes rectos en chaquetas y pantalones que simulaban la silueta ancha masculina, adaptó prendas militares, uso colores fuertes y brillantes, que generaron revuelo en la sociedad, entre otras. Así mismo en cuanto a sus pasarelas, fue el primero en incluir a modelos de tez negra para que lucieran sus diseños.

El diseñador no solo creaba simple ropa o indumentaria, apoyada causas sociales relevantes, a la vez que iba proponiendo una nueva percepción de belleza femenina a la par que proponía un nuevo concepto de perspectiva estética en la industria.

Para concluir, sobre Yves Saint Laurent se puede hacer un sinnúmero de acotaciones sobre los escándalos que generaron vestir una prenda suya, desde que las mujeres fueron vetadas de estar en ciertos sitios si llevaban algunos de los diseños, hasta de lo mal que habló la prensa en su momento, tachando a sus diseños de “mal gusto”, pero que todas maneras, se trazó una línea de partida tanto para la moda contemporánea como para la libertad de expresión de las mujeres en su día a día, paralelamente, la figura de Saint

Laurent se consolida como el nexo entre la moda conservadora con la moda revolucionaria.

3.1.2 Análisis de signos en los diseños

Los principios de segundidad y terceridad propuesto por Charle Pierce son claves para las matrices de análisis, las cuales se toman como referencia de la metodología propuesta por Rocío Luque Magañas (2015). A su vez, la parte tomada del análisis mediante retoque de imágenes propuesta por Manuela Elgue y Giulliana Villaamil acerca de los signos en el vestuario histórico. Ambas aplicadas contribuyen a la par al análisis semiótico a detalle y completo.

Es así que para el análisis se tomó en cuenta las piezas elaborados por el diseñador Yves Saint Laurent que fueron significativos durante su vida, tuvieron un impacto social alto y que generaron un cambio significativo dentro de la industria de la moda.

Matriz de segundidad 1



Figura No.15 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).



Figura No.16 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).

Alta costura. Yves Saint Laurent para Dior. 1955.

Silueta:



Figura No.17 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para resaltar la silueta.

Contraste fondo-figura de detalles:



Figura No.18 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para contrastar el fondo con los detalles a analizarse.

Acercamiento a detalles y complementos:



Figura No.19 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para evidenciar los detalles y numerarlos para su descripción ordenada.

Descripción

1. Acercamiento al rostro sin maquillaje, se resaltan ojos y labios.	2. Acercamiento a la tela, la cual es seda, permite adaptarse al cuerpo.	3. Acercamiento de escote en V pronunciado.	4. Acercamiento cinturón beige, la composición de la tela es a base de algodón.
--	--	---	---

Paleta de colores



Figura No.20 Paleta de colores extraída a partir del diseño a analizarse.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta en X o reloj de arena.	Silueta clásica, marca bien la cintura, característica propia del uso del corset en la <i>Belle Époque</i> , así mismo el remarcar esta parte del cuerpo femenino fue muy propia de la casa de modas Dior con su silueta “ <i>New Look</i> ”.
Proporción y línea	Proporcional Mayoritariamente líneas verticales y pocas horizontales.	En este caso se observa marcada la silueta femenina de manera vertical, sin mayor volumen en hombros y cadera, posee un cinturón para remarcar la cintura en sentido horizontal, pero con la tela restante que cae hacia abajo da la ilusión de alargar la parte inferior del cuerpo.
Ritmo	Homogéneo.	Si bien posee colores contrastados como en este caso el beige y el negro, al no presentar estampados, ni múltiples telas añadidas, se convierte en un diseño simétrico condensado



		en un solo vestido, que puede apreciarse por partes superior-inferior o viceversa.
Funcionalidad	Funcional.	Vestido funcional.
Detalles	Complementos.	El cinturón es el detalle que más destaca debido a su tamaño llama la atención y resalta del color negro, aporta de más movimiento al vestido. Por otra parte, el escote resulta pronunciado, pero no vulgar. En este caso para el diseñador Yves Saint Laurent resaltar la figura femenina de esta manera (ciñendo bien la tela a la cintura) resultó imprescindible debido a que el vestido estaba bajo la firma Dior, popular por este tipo de silueta, no obstante más adelante, luego de la muerte del diseñador Christian Dior dueño y fundador de la casa que lleva su mismo apellido, Saint Laurent ya no trabajaría de manera frecuente con sus diseños de dicha forma, pues buscaría más soltura, comodidad y movimiento.
Color	Color cálido y negro.	El negro es una representación de la elegancia, puesto que carece otras tonalidades, a su vez crea la ilusión de importancia y autonomía en la persona que lo viste sin necesidad de

		otros colores o complementos, en este caso se resalta aún más la presencia del negro, con el color cálido que es el beige, pero que se puede asimilar como una tonalidad blanca, de pulcritud.
Tejidos	Tejido flexible.	Vestido el cual en su estructura principal está elaborado en seda, lo que permite adaptarse al cuerpo con facilidad, cinturón compuesto de algodón por lo que resulta más rígido y permite conservar mejor el drapeado.
Estampados y adornos	Vestido sin estampados.	No hay estampados.
Materialidad	No goza de materialidad.	No goza de materialidad.
Escenografía	Escenografía contextualizada.	El vestido en este caso se muestra en los talleres de prueba y costura de la <i>Maison Dior</i> .
Tipo de desfile	Pieza única.	Pieza no incluida en colección
Actitud de la modelo	Risueña y elegante.	La modelo al probarse el vestido lo posa conforme, proyecta elegancia y más no se muestra vulgar.
Maquillaje	Natural.	Únicamente resalta los ojos con pestañas postizas, la piel conserva su tono natural y los labios poseen un color rojo relativamente opaco.
Música	Pieza única.	La escena no contiene música.

Matriz 4

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de terceridad 1

	
<p>Figura No.21 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>  <p>Figura No.22 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>	
Casa de Moda	Dior.
País	París, Francia.
Autor	Yves Saint Laurent.
Colección/año	1955.
Genealogía	Alta costura.
B/n- color.	Color.
Soporte	Vestido de coctel.
Circunstancia	Vestido usado para sesión fotográfica.
Carácter	Formal.
Nivel interpretativo	Este es el primer diseño del modisto Yves Saint Laurent presentado para la casa de modas Dior, cuando Christian Dior aún se encontraba a cargo de la misma. Desde este punto de partida se muestra el estilo característico de Saint Laurent, si bien, se muestra que

	<p>conserva la silueta reloj de arena que se ciñe al cuerpo de la mujer, mostrando una cintura pequeña en relación con la parte del busto y la cadera de la mujer, el escote es lo que marca la diferencia, al ser uno muy pronunciado denota la sensualidad, mostrando un tipo de mujer más libre de mostrar piel, sin ser vulgar y conservando la elegancia.</p> <p>Además, no se muestra como un vestido excesivamente extravagante, sino que cumple su papel funcional para usarse, sin importar el tamaño del lazo a manera de cinturón puesto que los colores beige conjuntamente con el negro crean una combinación sobria, que no pasa desapercibida, tampoco hace que se note como un disfraz.</p> <p>La actriz, se muestra conforme, además se cómo claramente en esta escena el vestido se apega a la cintura no desde una confección desde cero, sino que su originalidad va de la mano en que, una vez terminado el diseño el cinturón se añade exactamente a la forma del cuerpo de la actriz.</p>
<p>Características de la imagen, otros diseños de la colección.</p> <p>Pieza no incluida en colección</p>	

Matriz 5

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de seguridad 2

--



Figura No.24 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).



Figura No.25 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).

Alta costura. Yves Saint Laurent para Dior. 1958

Silueta:



Figura No.26 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para resaltar la silueta.

Contraste fondo-figura de detalles:




Figura No.27 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para contrastar el fondo con los detalles a analizarse.

Acercamiento a detalles y complementos:



Figura No.28 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para evidenciar los detalles y numerarlos para su descripción ordenada.

Descripción			
1. Acercamiento a sombrero color beige.	2. Acercamiento rostro, maquillaje natural.	3. Acercamiento a guantes negros que	4. Acercamiento a la tela, presenta

		actuan como complementos.	características de rigidez.
Paleta de colores  Figura No.29 Paleta de colores extraída a partir del diseño a analizarse.			
Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo	
Silueta	Silueta triángulo o A	Esta silueta en la actualidad es considerada como clásica, no obstante, para época eran invenciones en el mundo de la moda, puesto que eran abundantes los diseños con silueta reloj de arena, más aún en la casa Dior. Yves Saint Laurent popularizó esta silueta, mucho más suelta, descomplicada y útil para las mujeres que buscaban ropa elegante para lucir diariamente en sus nuevos oficios u ocupaciones.	
Proporción y línea	Proporcional Líneas verticales	La línea vertical que forma el lazo del vestido divide el cuerpo en dos partes iguales, así mismo al ir hasta la altura de las rodillas da una ilusión óptica de más altura a la modelo.	

		Aunque el vestido no es ceñido, no es exageradamente ancho.
Ritmo	Homogéneo	No posee mayor detalle o fusión de texturas, todo el vestido tiene el mismo componente, lo que crea una figura uniforme.
Funcionalidad	Funcional	Vestido funcional, su diseño nació en base a la necesidad de más movimiento de las mujeres de la época postguerra.
Detalles	Bolsillos y complementos	En este caso se emplean bolsillos de ojal respunteados añadidos al vestido, este detalle añadido aporta al concepto de funcionalidad debido a que se pueden guardar y llevar cosas dentro de los mismos, en el caso de los complementos como sombrero y guantes únicamente aportan al concepto de elegancia, y conservación, propio de la casa Dior de ese entonces.
Color	Gris, color cálido	Es gris es un color neutral, a su vez es modesto, en este caso acompaña esta connotación debido a que la colección no presenta grandes detalles o complementos estrafalarios, el sombrero beige y los guantes negros, resaltan la sobriedad de la pieza.

Tejidos	Tejido rígido	En este caso la tela está compuesta mayoritariamente por poliéster lo que, si bien le da una caída ligera, no permite que se pierda la forma de trapecio, suelta, no tan flexible como para que se adhiera fácilmente al cuerpo.
Estampados y adornos	Vestido sin estampados	No hay estampados
Materialidad	Si goza de materialidad	La idea de la colección entera es simular un trapecio y generar movimiento, a simple vista si consigue esto debido a que el corte simula la ligereza y la figura geométrica ya mencionada.
Escenografía	Lujosa pero no muy cargada de detalles.	Clásica, no es muy cargada, permita la cercanía a los diseños y su buena apreciación con poco público.
Tipo de desfile	Desfile de salón	Contaba con la presencia de una narradora la cuál daba los números de los diseños a medida que salían a la pasarela.
Actitud de la modelo	Delicada y elegante	Sutil en los movimientos, elegante
Maquillaje	Natural	Resalta los ojos con pestañas postizas, lo cual es muy propio de la época y ligeramente los labios de color rojo, el resto de la piel del rostro se mantiene natural.

Música	Relajada ambiente	Escena musicalizada con melodías de piano, muy tranquila para mantener la sofisticación.
--------	-------------------	--

Matriz 6

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de terceridad 2

 <p>Figura No.30 Escena tomada de la película "Yves Saint Laurent" (2014).</p>  <p>Figura No.31 Escena tomada de la película "Yves Saint Laurent" (2014).</p>		 <p>Figura No.32 Vestido original diseñado por el modisto Yves Saint Laurent para la casa de modas Dior.</p>
Casa de Moda	Dior.	
País	París, Francia.	
Autor	Yves Saint Laurent.	
Colección/año	Colección <i>Trapèze</i> , 1958.	
Genealogía	Alta costura.	
B/n- color. Escena.	Color.	
Soporte	Vestido casual.	
Circunstancia	Evento.	
Carácter	Formal.	

<p>Nivel interpretativo</p>	<p>Esta colección es la primera que se muestra cuando Yves Saint Laurent asume la dirección creativa de la casa Dior, luego de la muerte de su creador.</p> <p>Evidentemente Saint Laurent tenía otros planes en cuanto a la silueta, los diseños, el movimiento de la tela y los patrones en comparación con el inicio de esta casa de <i>Haute Couture</i>, la silueta se muestra suelta, no resaltando nada y en una composición de tela rígida lo que permite la conservación de la forma de los diseños, creando perfectamente la ilusión de la figura de un trapecio y aludiendo así al nombre de la colección. Saint Laurent propone explorar la belleza de la mujer más allá de la figura propia de la mujer, llevando a la imaginación sobre la moda e imponiendo una nueva silueta más acorde a la vida cotidiana de una mujer cada vez más inmersa en roles sociales funcionales.</p>
<p>Características de la imagen, otros diseños de la colección.</p> <p>Plano americano, vestido de un solo color, en este caso el beige, se resalta las manos con guantes de color negro, vestido de tela rígida, sigue la línea de la colección simulando un trapecio en el cuerpo de modelo, por tanto, no se ciñe, no marca cintura, ni cadera.</p> <div data-bbox="457 1325 1276 1667" data-label="Image"> </div> <p>Figura No.33 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>	

Matriz 7

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de seguridad 3



Figura No.34 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).



Figura No.35 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).

Alta costura. Yves Saint Laurent para YSL. 1962

Silueta:

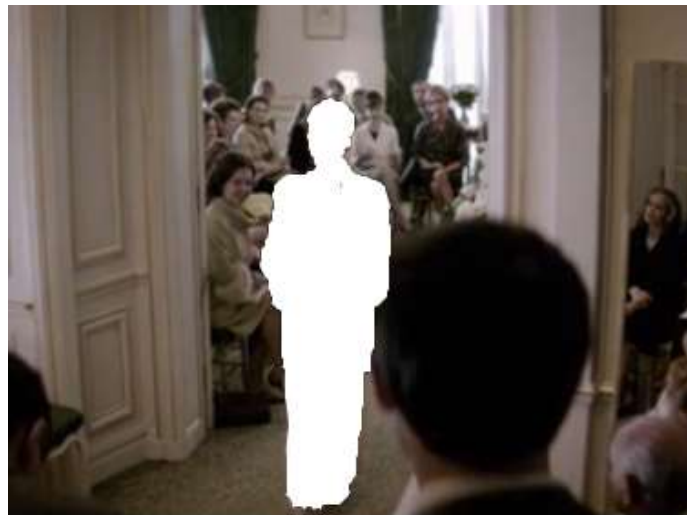


Figura No.36 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para resaltar la silueta.

Contraste fondo-figura de detalles:



Figura No.37 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para contrastar el fondo con los detalles a analizarse.

Acercamiento a detalles y complementos:

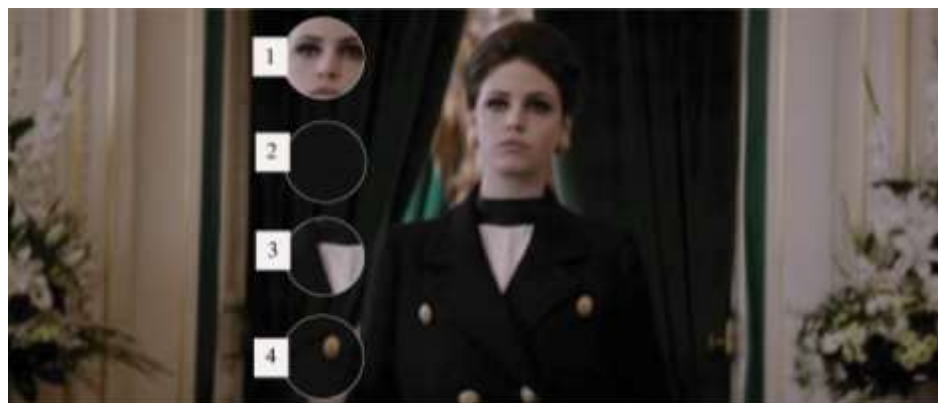


Figura No.38 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para evidenciar los detalles y numerarlos para su descripción ordenada.

Descripción

1. Acercamiento a maquillaje, sombras oscuras y piel natural	2. Acercamiento a la tela del chaquetón.	3. Acercamiento a líneas rectas que componen el diseño.	4. Acercamiento a los botones que resaltan en el chaquetón.
--	--	---	---

Paleta de colores



Figura No.39 Paleta de colores extraída a partir del diseño a analizarse.




Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta rectangular o H	Silueta clásica para hombres, esta prenda no marca la cintura, caderas, ni busto, en este caso la parte superior se muestra holgada sin resaltar la figura femenina hasta antes de la rodilla, el pantalón tampoco se ciñe.
Proporción y línea	Proporcional Líneas horizontales son las predominantes.	La chaqueta es la que más llama la atención del conjunto, al ser más grande y aparentemente más pesada, a la altura que termina se ve muy marcada la línea horizontal.
Ritmo	Dinámico	Existe el contraste de la parte superior inferior por los colores, en este caso el azul marino al estar en

		<p>mayor proporción se vuelve más predominante, obligando al espectador a contemplar el diseño por bloques de arriba hacia abajo o viceversa, además que el color blanco se vuelve más bien un complemento.</p>
Funcionalidad	Funcional	<p>Al ser más cómodo y suelto, puede ser adaptado al uso cotidiano. Saint Laurent tomó como inspiración para este chaquetón de marinero los que usaban para este tipo de trabajo, de allí su naturaleza utilitaria.</p>
Detalles	Bolsillos y complementos	<p>Los bolsillos son grandes en proporción al tamaño del chaquetón, así mismo son de tipo ojal pespunteados, como complemento visible están los aretes y botones dorados.</p>
Color	Tonos fríos, cálidos y blanco	<p>El color azul es un color distante, puesto que al ser frío crea la ilusión de profundidad, al mezclarse con las líneas rectas del diseño crea más sobriedad, firmeza y lejanía.</p> <p>El blanco es reflejo de pureza, pero en combinación del blanco, azul y dorado se convierte en una armonía que denota verdad.</p>
Tejidos	Tejido rígido	<p>Este tipo de tejidos están compuestos por lana y poliéster lo que da una apariencia de pesadez, no estira, lo</p>

		que permite que se mantenga la forma de la silueta.
Estampados y adornos	Traje sin estampados	No hay estampados
Materialidad	No posee mucha materialidad	Si bien hace alusión al tradicional chaquetón usado por los marineros, resulta ser una adaptación como tal, siendo suelta, pero no al punto de la colección “ <i>Trapèze</i> ” por lo que su objetivo no es evocar a una figura geométrica.
Escenografía	Simple, sobria pero no deja de ser lujosa	La escenografía es sencilla, adornada con flores y las sillas en torno al espacio de recorrido de las modelos.
Tipo de desfile	Desfile de salón	Existen detalles sutiles como flores y la audiencia en torno a la modelo, estos elementos son clásicos en este tipo de desfiles.
Actitud de la modelo	Altiya, seria y elegante	A partir de este diseño se puede evidenciar de manera más notoria en las colecciones de Yves Saint Laurent a una nueva propuesta de moda para mujeres rebeldes, que son a la vez femeninas y elegantes.
Maquillaje	Tonos oscuros	Los ojos extremadamente oscuros acentúan la idea de rebeldía que se pretende, además que se conservan las pestañas postizas, el resto de la piel del rostro se mantiene natural.
Música	Música pausada	Melodía de piano, lenta y pausada.

Matriz 8

Matriz de terceridad 3

 <p>Figura No.40 Escena tomada de la película "Yves Saint Laurent" (2014).</p>  <p>Figura No.41 Escena tomada de la película "Yves Saint Laurent" (2014).</p>	 <p>Figura No.42 Vestido original diseñado por el modisto Yves Saint Laurent para su propia casa de modas</p>
Casa de Moda	YSL
País	París, Francia.
Autor	Yves Saint Laurent.
Colección/año	Colección primavera - verano, 1962.
Genealogía	Alta costura.
B/n- color. Escena.	Color.
Soporte	Chaquetón de marino y pantalón (traje completo).
Circunstancia	Evento.
Carácter	Formal.
Nivel interpretativo	Este traje es uno de los que se presentó en la primera colección bajo la firma "Yves Saint Laurent", con este chaquetón inspirado en el de los marineros, el modisto llevó el sentido de la ropa utilitaria más allá, a tal punto que se atreve a fusionar

	<p>la Alta Costura con una moda que podía salir de las pasarelas y ser vestida en la calle, que podía usarse tanto para una ocasión formal como informal.</p> <p>Otra característica a notar es que, en la película, a partir de la presentación de esta colección se evoca al lado andrógino de la mujer al no resaltar la figura femenina y emular una silueta masculina con líneas rectas.</p> <p>El color azul es el que predomina, el cual da un toque elegante y resalta la feminidad a la que está orientada la prenda con los toques dorados de los botones y en este caso también la joyería, en contraste el color blanco en el pantalón. En general, la tela de la parte superior muestra poco movimiento, no obstante, la tela del pantalón aparece más ligera, más suelta lo que crea un juego de texturas que no llega al dinamismo, pero sí a una fusión creativa por parte del modisto.</p>
<p>Características de la imagen, otros diseños de la colección.</p> <p>Plano general, se muestra a la modelo como centro de atención, sin embargo, permite observar la escenografía que da mejor idea de la situación, en este caso el desfile y los espectadores, entre los cuales están críticos, prensa y entendidos sobre moda. En este diseño predominan los colores blanquecinos, negro y café, en este caso también se destaca la parte superior que lleva un blusón flojo o también considerado <i>oversize</i>.</p> <div data-bbox="457 1377 1274 1717" data-label="Image"> </div> <p>Figura No.43 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>	

Matriz 9

Fuente: Rocío Luque Magaña (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de seguridad 4



Figura No.44 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).



Figura No.45 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).

Alta costura. Yves Saint Laurent para YSL. 1965

Silueta:



Figura No.46 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para resaltar la silueta.

Contraste fondo-figura de detalles:



Figura No.47 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para contrastar el fondo con los detalles a analizarse.

Acercamiento a detalles y complementos:



Figura No.48 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para evidenciar los detalles y numerarlos para su descripción ordenada.

Descripción

1. Acercamiento a colores.

2. Acercamiento a las líneas rectas para formar las figuras geométricas en el vestido.

3. Acercamientos a zapatos negros.

Paleta de colores

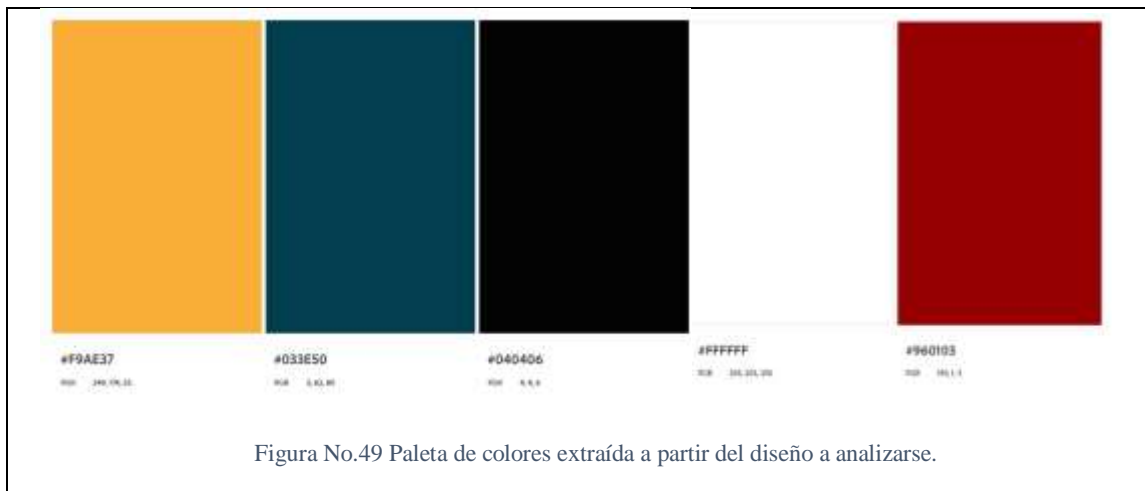


Figura No.49 Paleta de colores extraída a partir del diseño a analizarse.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta rectangular o H	Esta silueta se vuelve predominante en los diseños para la mujer YSL, no ciñe excesivamente la cintura, cómoda y versátil.
Proporción y línea	Proporcional Líneas verticales predominantes, pero también horizontales.	Es adecuado para el cuerpo de las modelos, las líneas verticales se muestran de manera clara actuando como divisorias en los colores y en las partes del cuerpo humano simultáneamente.
Ritmo	Dinámico	Al tener varios bloques no homogéneos se vuelve preciso mirar por partes el diseño dividido por cuadrados en distintas proporciones.
Funcionalidad	Funcional	Es completamente funcional al ser un vestido de cóctel
Detalles	Complementos	Los zapatos usados son el complemento, que si bien no destaca forma parte de la composición al ser




		del mismo color de las líneas divisorias.
Color	Blanco, negro, colores fríos y cálidos	Colores como el negro y blanco, se complementan, a su vez que juntos se presentan sobrios y elegantes, el azul aporta profundidad al diseño, mientras que el amarillo se muestra como un color más alegre, si se relaciona con el sol, aparece como un color que anima, en el caso del rojo se muestra como una tonalidad viva y también alegre.
Tejidos	Tejido flexible: viscosa	Diseño elaborado en tela de punto teñido, esta cualidad le otorga más movimiento y ligereza.
Estampados y adornos	Estampado	En este caso el estampado es muy ordenado y con los colores fuertes, bien marcados en la tela.
Materialidad	Goza de bastante materialidad	Está inspirado en la pintura del holandés Piet Mondrian, en donde priman las figuras geométricas, por tanto, líneas rectas; aunque el diseño es sencillo se apega a la obra artística, simulando ser la misma.
Escenografía	Simple	Para estas fotografías se emplea un fondo color rosado, el cual destaca los colores del vestido, puesto que ninguna tonalidad se encuentra en un color degradado.
Tipo de desfile	Pieza única	Pieza no incluida en colección

Actitud de la modelo	Alegre, delicada y elegante.	Entusiasta sin perder la elegancia.
Maquillaje	Natural	Se marcan los ojos por el uso de pestañas postizas, los labios son ligeramente color rosado.
Música	Género rock psicodélico.	La canción de fondo de esta escena es “ <i>Time has come today</i> ” es una canción insignia del género, y muy popular para la época.

Matriz 10

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de terceridad 4

 <p>Figura No.50 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>		 <p>Figura No.52 Vestido original diseñado por el modisto Yves Saint Laurent para su propia casa de modas</p>
 <p>Figura No.51 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>		
Casa de Moda	YSL	
País	París, Francia.	
Autor	Yves Saint Laurent.	
Colección/año	1965.	

Genealogía	Alta costura.
B/n- color. Escena.	Color.
Soporte	Vestido de coctel.
Circunstancia	Sesión fotográfica.
Carácter	Formal.
Nivel interpretativo	<p>Con estos vestidos diurnos, el diseñador estableció una estrecha relación entre el arte y la moda, en el cuál se proyectaba la pintura de Piet Mondrian exactamente la complejidad en la elaborada fusión color-geometría y a su vez la simpleza visual de la composición. Un vestido con las mismas características de la pintura, de cuello redondo, sin adornos extravagantes añadidos y que poseía un cuello redondo.</p> <p>El vestido Mondrian, como era conocido, puede encasillarse en la línea del minimalismo debido al uso de los colores primarios. Por otro lado, esto no tiene nada que ver con la complejidad de la elaboración, puesto que la tela es de punto teñido, eso quiere decir que se tuvo que pintar cada color por separado, entendiéndose esto hay que saber que en el cuadro que se tomó como inspiración las figuras geométricas poseía líneas rectas, no diagonales ni inclinadas, el reto entonces consistía en la unión de las diferentes partes, que no se torcieran, se conservara la forma del diseño y que las costuras no sean notorias.</p> <p>Es así que, de esta inspiración nace uno de los vestidos más icónicos de Saint Laurent, no fue el único vestido ni la única colección inspirada en pinturas y marcó una verdadera tendencia en los años sesentas.</p>
Características de la imagen, otros diseños de la colección.	
Pieza no incluida en colección.	

Matriz de seguridad 5



Figura No.53 Escena tomada de la película "Yves Saint Laurent" (2014).



Figura No.54 Escena tomada de la película "Yves Saint Laurent" (2014).

Prêt-à-porter. Yves Saint Laurent para YSL Rive Gauche. 1966.

Silueta:



Figura No.55 Escena tomada de la película "Yves Saint Laurent" (2014). Edición para resaltar la silueta.

Contraste fondo-figura de detalles:



Figura No.56 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para contrastar el fondo con los detalles a analizarse.

Acercamiento a detalles y complementos:



Figura No.57 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para evidenciar los detalles y numerarlos para su descripción ordenada.

Descripción			
1. Acercamiento a los ojos y piel del rostro de la modelo.	2. Acercamiento al textil color negro que constituye el vestido	3. Acercamiento al abrochado de la pieza.	4. Acercamiento al bolsillo.
Paleta de colores			



Figura No.58 Paleta de colores extraída a partir del diseño a analizarse.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta rectangular o H	Este vestido podría ser considerado con una silueta reloj de arena, únicamente por el rol del cinturón, sin embargo, el corte es más bien refleja una silueta rectangular puesto que se acentúa, pero levemente la cintura de la modelo.
Proporción y línea	Proporcional Líneas verticales	Únicamente están presentes las líneas verticales, la señal más notoria que da el sentido de dirección es la posición de los botones.
Ritmo	Homogéneo	No existen telas añadidas o vuelos, todo se da de manera uniforme en la composición de las piezas del vestido.
Funcionalidad	Funcional	Al tener en cuenta el origen del <i>Prêt-à-porter</i> , entendido como un proceso de transición hacia la democratización de la moda, mediante la creación de las prendas en masa a un costo menor y dejando de lado el lujo de la ropa hecha a la medida, Saint Laurent se muestra

		<p>como pionero del <i>Prêt-à-porter</i>, en sus modelos destaca precisamente la funcionalidad y la adaptabilidad de la ropa a la vida cotidiana, no exactamente como un lujo, sino más bien muestra un lado de la moda más accesible económicamente sin que esto signifique que sea feo, sino que también se puede vestir elegante a un precio más accesible.</p>
Detalles	Abrochado, bolsillos y complementos	<p>El abrochado además de marcar visualmente el sentido del vestido, es útil en el sentido de la independización al momento de vestir de la mujer, puesto que ya no necesita de la ayuda de alguien para cerrarlo, los bolsillos poseen la característica de ojal pespunteado y como complemento a destacar el delgado cinturón.</p>
Color	Color negro	<p>El negro es una representación de la elegancia, puesto que carece otras tonalidades, a su vez crea la ilusión de importancia y autonomía en la persona que lo viste sin necesidad de otros colores o complementos, en este caso también hace referencia a lo prohibido. A su vez, por el sentido utilitario, hay que recordar que el negro es un color fácil de llevar y que no se ensucia fácilmente.</p>

Tejidos	Tejido rígido: algodón	En este caso el tejido de algodón se vuelve clave dentro del sentido utilitario, puesto que al convertirse en una prenda del vestir diario está expuesta a arrugarse, pero al ser un tejido rígido es menos propenso a que le ocurra esto, recobrando con cada movimiento su forma original, sin ceder.
Estampados y adornos	Vestido sin estampados	No hay estampados
Materialidad	El vestido goza de materialidad	A simple vista puede considerarse como un vestido, pero la inspiración que usó Saint Laurent para su elaboración fue la clásica sahariana militar, al entender este contexto se eleva el sentido utilitario en cuando a los bolsillos añadidos y el diseño suelto que permite el movimiento.
Escenografía	Sencilla	Para las fotografías de esta primera colección <i>Prêt-à-porter</i> del diseñador se usó un fondo color rosa intenso, aunque el logo de la casa de modas es diseñado en 1961, dentro de la película es la primera vez que se muestra, así el logo está compuesto por las iniciales del nombre del modisto “YSL”, se encuentran en la parte de atrás.
Tipo de desfile	Pieza única	Pieza no incluida en colección

Actitud de la modelo	Atrevida pero elegante	Se muestra seductora, rebelde, pero sin perder la elegancia característica fundamental para la casa de modas.
Maquillaje	Natural con ojos oscuros	Se resaltan los ojos por las pestañas postizas, no lleva más color ni en el resto de la piel del rostro, ni en los labios.
Música	Género rock Psicodélico	La canción de fondo de esta escena también es “ <i>Time has come today</i> ” es una canción insignia del género, y muy popular para la época, de hecho, la versión original de esta canción se lanzó en 1966, el mismo año que este diseño.

Matriz 12

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de terceridad 5

 <p>Figura No.59 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>  <p>Figura No.60 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>	 <p>Figura No.61 Vestido original diseñado por el modisto Yves Saint Laurent para su propia casa de modas</p>
---	--

Casa de Moda	YSL Rive Gauche.
País	París, Francia.
Autor	Yves Saint Laurent.
Colección/año	1966.
Genealogía	<i>Prêt-à-porter</i> .
B/n- color. Escena.	Color
Soporte	Sahariana para mujer.
Circunstancia	Sesión fotográfica.
Carácter	Informal.
Nivel interpretativo	<p>En primer lugar, se hace necesario la mención de la incursión de Saint Laurent en el <i>Prêt-à-porter</i> y como la misma significó la democratización de la moda haciéndose un espacio en la cotidianidad, lo que significó que cada vez más mujeres puedan vestir como quieren, a un precio más económico, sin que esto signifique vulgaridad, a su vez, como esto le permitió al modisto extender su público objetivo a más estratos sociales aparte de la clase alta, haciendo populares a sus diseños.</p> <p>En cuanto al diseño, el vestido se muestra sencillo, pero con una fuerte alusión a las saharianas, en principio los usos de estas eran con fines netamente militares para el ejército británico en las distintas tonalidades del beige que permitían ser una especie de camuflaje puesto que aparecieron en el contexto de la Primera Guerra Mundial, siendo también una prenda usada con fines estratégicos.</p> <p>Con el paso de tiempo y en este caso, en la prenda que toma de inspiración el diseñador se va tornando más chic y es dotada de más glamour lo que permite que se adapte más rápido a la sociedad de la época y cause revuelo debido a las curiosas ideas de diversas prendas u obras de arte en las que hace hincapié Saint Laurent.</p>

Características de la imagen, otros diseños de la colección.

Pieza no incluida en colección.

Matriz 13

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de seguridad 6



Figura No.62 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).



Figura No.63 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).

Alta costura. Yves Saint Laurent para YSL. 1971

Silueta:

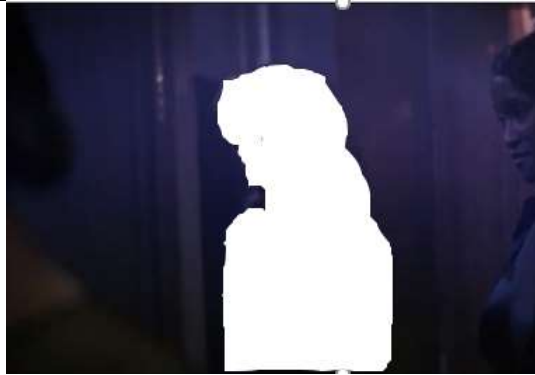


Figura No.64 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para resaltar la silueta.

Contraste fondo-figura de detalles:



Figura No.65 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para contrastar el fondo con los detalles a analizarse.

Acercamiento a detalles y complementos:



Figura No.66 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para evidenciar los detalles y numerarlos para su descripción ordenada.

Descripción

1. Acercamiento a rostro para apreciación de piel y maquillaje.	2. Acercamiento a pañuelo como complemento de la pieza.	3. Acercamiento a parte de la chaqueta donde se observan líneas rectas
---	---	--

Paleta de colores



Figura No.67 Paleta de colores extraída a partir del diseño a analizarse.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta rectangular o H	Aunque la silueta femenina y masculina difieren notoriamente en las partes de pecho, cintura y caderas debido a las diferencias morfológicas que existen, la adaptación del traje (el cual históricamente ha sido propio del hombre) en sus inicios con Saint Laurent no buscó resaltar esto, sino más bien brindar un status de igualdad entre el vestir de hombre y mujeres, sin ser superiores o inferiores, sino siendo semejantes.
Proporción y línea	Proporcional Líneas verticales	Si bien el corte superior (Chaqueta) e inferior (pantalón) es evidente, las líneas son verticales debido a que siguen el mismo sentido con el mismo color y corte del traje.

Ritmo	Homogéneo	Es homogéneo al no existir nada añadido con textura diferente al traje que permita crear dinamismo.
Funcionalidad	Funcional	Yves Saint Laurent manifestaba en síntesis lo que buscaba con este tipo de trajes diciendo: “quiero encontrar para la mujer el equivalente al traje masculino” (2020). De allí tiene el propósito de ser más práctico y a la vez se muestra como signo de empoderamiento femenino, debido que para la época este tipo de trajes no eran confeccionados para mujeres.
Detalles	Bolsillos y complementos	En este caso el más evidente es el bolsillo pegado en el exterior en la parte de la chaqueta, como complemento notable es el pañuelo amarrado en el cuello que lleva la modelo.
Color	Color frío y negro	En los diseños de Saint Laurent tonalidades como el negro y azul, siempre suelen estar muy presentes, en este caso el azul es predominante, refleja lejanía y serenidad, estas dos cualidades muy a la par con la actitud de la modelo que se muestra distante, casi intocable con el resto de los personajes, a pesar que establece contacto físico su intención no es la amabilidad o relacionarse sentimentalmente con ellos. El color negro es un complemento que refuerza la idea anterior.
Tejidos	Tejido rígido	La tela de los trajes usualmente está compuesta por poliéster debido a lo rígido que es, impidiendo que se marquen

		prolongadamente arrugas, recobrando su forma original, siendo ligero, pero no tanto como para pegarse a la piel del cuerpo.
Estampados y adornos	Traje sin estampados	En el traje presentado en el filme no existe ningún tipo de estampado pese que en el original sí.
Materialidad	No posee materialidad	Sin materialidad.
Escenografía	Escenografía que acompaña a la performance	En este caso se muestra menos presencia de luz, no en un tono lúgubre sino de seducción y rebeldía. Lo que ayuda a describir mejor la idea de rebeldía y lo que significó esta colección para la época, puesto que rompió con los esquemas de las prendas que estaban concebidas específicamente para hombres y mujeres.
Tipo de desfile	No se presenta como desfile	No se presenta como desfile
Actitud de la modelo	Altiva, soberbia, elegante	La modelo se presenta seductora, no como sumisa sino más bien como una mujer soberbia, distante y elegante.
Maquillaje	Natural	Se resaltan los ojos con pestañas postizas y un poco de sombras oscuras en el párpado, labios rojos y el resto de la piel es natural.
Música	Género electro-pop	La canción que se usó para musicalizar esta escena es “ <i>Looking for love</i> ” de la banda Chromatics, posee un ritmo suave más no lento, es adecuado para la escena.

Matriz 14

Fuente: Rocío Luque Magaña (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de terceridad 6



Figura No.68 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014)



Figura No.69 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014)



Figura No.70 Vestido original diseñado por el modisto Yves Saint Laurent para su propia casa de modas

Casa de Moda	YSL
País	París, Francia.
Autor	Yves Saint Laurent.
Colección/año	Colección “ <i>Libération</i> ” o “ <i>Quarante</i> ” de primavera – verano (posteriormente conocida como <i>Du scandale</i>), 1971.
Genealogía	Alta costura.
B/n- color. Escena.	Color.
Soporte	Traje completo.
Circunstancia	Evento.
Carácter	Formal.
Nivel interpretativo	Esta colección fue llamada “ <i>Libération</i> ” o también conocida como “ <i>Quarante</i> ” recibe este último nombre debido a que estas piezas fueron inspiradas en el contexto de los años 40 cuando Francia fue invadida por


los alemanes, estos diseños contaban con características y detalles considerados escandalosos para la sociedad de la época, entre estos están: siluetas de chaquetas cuadradas o anchas, colores fuertes, entre otros, de ahí que la prensa denominó posteriormente a esta colección como *Du scandale*.

En esta casa de modas se mostró esta inspiración en dicho estilo de años pasados, por lo que se afirma que el modisto siguió una línea retro, reviviendo una época, que no fue la propia de Saint Laurent.

Por otro lado, la aparición de los trajes propiamente masculinos para la mujer, ya se dieron antes de invención de Yves Saint Laurent en 1966 con su colección "*Le smoking*", la connotación que ofrecía era diferente puesto que, en el caso de las primeras apariciones de este tipo de prendas, por ejemplo, en Chanel su propósito era para brindar comodidad en el diario vivir sin más.

En contraste, Saint Laurent retoma este tipo de diseños, lo acomoda al cuerpo femenino, vuelve a la mujer un sujeto social visible por medio de estas prendas poniéndola a la par con el hombre, como un igual y más no como un inferior, es así que el contexto de la reinterpretación de estas prendas va muy de la mano del auge de la tercera ola feminista.

Específicamente en el caso de este diseño, que es un traje de origen masculino como tal adaptado para la mujer creó mucha controversia en la época, pero a la vez logró convertirse en un básico del closet femenino y en general, se convirtió en un conjunto atemporal, es por

	ello que hasta nuestros días este tipo de trajes existen y se usan.
<p>Características de la imagen, otros diseños de la colección.</p> <p>Plano medio corto, también se trata de un diseño de traje completo, en este caso no posee pañuelo alrededor del cuello más bien se acompaña de una flor blanca que destaca entre el traje negro a manera de <i>Boutonnière</i>.</p>  <p>Figura No.71 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>	

Matriz 15

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de seguridad 7

 <p>Figura No.72 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>
--



Figura No.73 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).

Alta costura. Yves Saint Laurent para YSL. 1971

Silueta:



Figura No.74 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para resaltar la silueta.

Contraste fondo-figura de detalles:



Figura No.75 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para contrastar el fondo con los detalles a analizarse.

Acercamiento a detalles y complementos:



Figura No.76 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para evidenciar los detalles y numerarlos para su descripción ordenada.

Descripción

1. Acercamiento rostro con sombras oscuras en los ojos y labial rojo.	2.Acercamiento escote en V.	3. Acercamiento a la textura del abrigo.
---	-----------------------------	--

Paleta de colores



Figura No.77 Paleta de colores extraída a partir del diseño a analizarse.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta triángulo invertido o V	Al ser un traje de una sola pieza, en este caso solo ser un abrigo grande, marca los hombros, desaparece la alusión a la cintura por el corte y crea una silueta de triángulo invertido con hombros anchos y piernas delgadas visualmente.




Proporción y línea	Desproporcionado Líneas verticales	En comparación con el cuerpo de la modelo resulta desproporcionado en cuanto a la ilusión de corpulencia que genera, pero más no en cuestión del largo de las mangas. El sentido en el que van las líneas del abrigo son verticales.
Ritmo	Homogéneo	La pieza no presenta mayor complejidad en su diseño, no se considera dinámico ese al movimiento que tiene la piel porque es de un solo color y sigue la misma dirección.
Funcionalidad	Funcional	Aunque para la época resultaba un escándalo el uso del color, resulta funcional para eventos acompañado de otras prendas complementarias.
Detalles	Escote	Posee un escote en V el cual podría parecer no muy pronunciado, pero teniendo en cuenta que no posee botones lo hace ver más alargado a tal punto que se extiende por todo el abrigo.
Color	Color frío	A pesar de que el color verde, usualmente está relacionado con la esperanza y la naturaleza, este no es el caso. Para este diseño el verde significa juventud, puesto que es muy inadecuado para las personas adultas de la época, además que estas

		tonalidades están relacionadas al concepto de inmadurez (frutos tiernos).
Tejidos	Origen animal	Piel de zorro teñida de verde
Estampados y adornos	Sin estampados	No hay estampados
Materialidad	No posee materialidad	Siendo la idea de un abrigo lo refleja tal cual, el único detalle es que hace la ilusión de corpulencia.
Escenografía	Escenografía que acompaña a la performance	La escena no permite que, entre mucha luz, en este caso la modelo se encuentra hasta el final de la locación, pero entre las otras modelos no llega a pasar desapercibida debido al tono del abrigo.
Tipo de desfile	No se presenta como desfile	No se presenta como desfile.
Actitud de la modelo	Sensual, atrevida, elegante	La modelo no es sumisa, tiene una actitud sensual pero no vulgar sino elegante durante su aparición.
Maquillaje	Natural	Se resaltan los ojos con pestañas postizas y más sombras oscuras en el párpado, labios rojos y el resto de la piel es natural.
Música	Género electro-pop	La canción que se usó para musicalizar esta escena es “ <i>Looking for love</i> ” de la banda Chromatics, posee un ritmo suave más no lento, es adecuado para la escena.

Matriz 16

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasiq

Matriz de terceridad 7

	 <p data-bbox="1036 825 1417 905">Figura No.80 Vestido original diseñado por el modisto Yves Saint Laurent para su propia casa de modas</p>
<p data-bbox="305 562 990 590">Figura No.78 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>  <p data-bbox="305 905 990 932">Figura No.79 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>	
Casa de Moda	YSL
País	París, Francia.
Autor	Yves Saint Laurent
Colección/año	Colección “ <i>Libération</i> ” o “ <i>Quarante</i> ” de primavera – verano (posteriormente conocida como <i>Du scandale</i>), 1971
Genealogía	Alta costura
B/n- color. Escena.	Color
Soporte	Abrigo de piel de origen animal.
Circunstancia	Evento.
Carácter	Informal.
Nivel interpretativo	Este diseño es uno de los más icónicos de Saint Laurent, resalta la androginia de la mujer en cuanto a la silueta en H, que en este caso aparenta unos hombros anchos, característica propia del cuerpo de los hombres.

	<p>Al no llevar nada debajo resalta más el carácter rebelde del diseño, la desnudez o el mostrar más piel se vuelve un sinónimo de desafío por lo ya establecido, con el color se remarca aún más lo que le llevó a ser considerada una pieza de mal gusto.</p> <p>Aunque esta pieza al ser de carácter inspiracional – retro de la década de los cuarenta causó mucha polémica al ser una época gris para Francia, los críticos y la prensa la señalaban como escandalosa y controversial, a más de como un fallo comercial, esto con el tiempo cambió convirtiéndose más bien en una insignia de la casa de modas YSL.</p> <p>Es así que con todo este tipo de diseños el modisto se convierte en una especie de nexo entre la vieja moda del <i>Houte Couture</i> con características marcadas como prendas ceñidas y conservadoras, para dar los pasos hacia la moda contemporánea sin perder la calidad en sus diseños adaptados a un entorno donde la mujer lleva un papel más protagónico y más libre.</p>
<p>Características de la imagen, otros diseños de la colección.</p> <p>Pertenece a la misma colección del diseño de la matriz 12 (Ver figura 57).</p>	

Matriz 17

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de seguridad 8

--



Figura No.81 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).



Figura No.82 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).

Alta costura. Yves Saint Laurent para YSL. 1976

Silueta:



Figura No.83 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para resaltar la silueta.

Contraste fondo-figura de detalles:



Figura No.84 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para contrastar el fondo con los detalles a analizarse.

Acercamiento a detalles y complementos:



Figura No.85 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014). Edición para evidenciar los detalles y numerarlos para su descripción ordenada.

Descripción

1. Acercamiento a turbante como complemento del diseño.	2. Acercamiento a los aretes como complemento del diseño.	3. Acercamiento a bordado.	4. Acercamiento a la textura de la chaqueta.
---	---	----------------------------	--

Paleta de colores

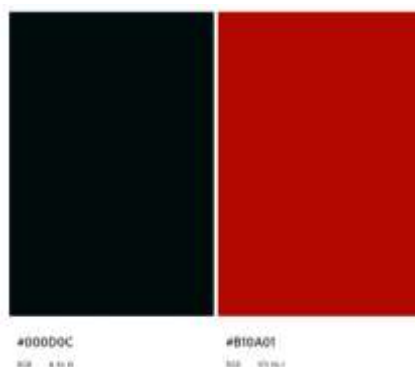


Figura No.86 Paleta de colores extraída a partir del diseño a analizarse.

Unidades significantes	Análisis cuantitativo	Análisis descriptivo
Silueta	Silueta triángulo o A	En este diseño destaca la falda amplia de la modelo, lo que hace que la atención se concentre en la parte inferior del diseño puesto que es la parte más grande y notoria.
Proporción y línea	Proporcional Líneas horizontales	En este caso predomina el corte de las líneas horizontales delimitadas por el color, siendo en este caso el rojo el que llama más la atención, haciendo el corte al término de la chaqueta y a la altura de la cintura. Existen las líneas verticales en la falda, pero esto es producto de la unión de las piezas en la confección

		y a su vez de la cantidad de luz que se ve reflejada en el diseño.
Ritmo	Dinámico	Existen diferentes texturas tanto en la blusa del interior del diseño, puesto que es transparente, los detalles añadidos en la chaqueta, los colores combinados y el diferente material textil usado en la falda.
Funcionalidad	Funcional	Debido a la inspiración en los trajes para ballet ruso, puede ser utilizado con el mismo propósito, aunque no sea usado para salir a la calle, puede ser usado con fines de interpretación artística.
Detalles	Bordado y complementos	En cuanto a complementos destaca el turbante, el cual no es exactamente de inspiración rusa, cosa que no es de extrañarse en los diseños de Saint Laurent, puesto que el modisto acostumbraba a tomar diferentes elementos de diversas culturas e incorporarlos en uno solo, esto a más de hablar sobre apropiación cultural también destaca los elementos propios de la moda ajena a París. Otro detalle a destacar es el denominado bordado de fantasía, presente en color negro sobre los detalles rojos y los grandes aretes dorados.




Color	Color negro y cálido	La mezcla de color negro y rojo usualmente está asociado a la idea de lo prohibido o el peligro, en este caso la idea de Saint Laurent apela a la connotación de felicidad del rojo, pero no llevado al extremo, puesto que propone la elegancia del negro para contrarrestar estos efectos visuales.
Tejidos	Tejido flexible	En este caso el terciopelo es flexible lo que genera movimiento, doblado o arrugas, a su vez da el efecto de crear más luces y sombras debido a la textura del material.
Estampados y adornos	Sin estampados	No hay estampados
Materialidad	Si posee materialidad	Hace alusión a los trajes de ballet ruso, no es una concepción abstracta, sino material y real.
Escenografía	Sencilla pero lujosa	Se muestra un escenario lleno de fotógrafos, flashes y buena iluminación para que destaquen los diseños y por supuesto la firma del diseñador.
Tipo de desfile	Desfile clásico	Clásico, pasarela rectangular.
Actitud de la modelo	Seria y elegante	La modelo se muestra con una actitud seria, propia de las pasarelas de alta costura.

Maquillaje	Natural	El maquillaje es natural, no hay facción en su rostro que resalte por el maquillaje.
Música	Género ópera	El nombre de esta composición es “ <i>Ebben Ne Andrò Lontana</i> ” su género es ópera, va muy de la mano de la colección puesto que se maneja con la misma temática.

Matriz 18

Fuente: Rocío Luque Magañas (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

Matriz de terceridad 8

 <p>Figura No.87 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>  <p>Figura No.88 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).</p>		 <p>Figura No.89 Vestido original diseñado por el modisto Yves Saint Laurent para su propia casa de modas</p>
Casa de Moda	YSL	
País	París, Francia.	
Autor	Yves Saint Laurent	

Colección/año	Colección <i>Opera – Ballets russes</i> , de otoño – invierno, 1976.
Genealogía	Alta costura.
B/n- color. Escena.	Color.
Soporte	Traje de ballet ruso.
Circunstancia	Evento.
Carácter	Formal.
Nivel interpretativo	<p>En este diseño se resalta mucho el contraste de colores que hace que los detalles se acentúen más, por lo que se puede apreciar los bordados, el juego de texturas y los detalles en general.</p> <p>La transparencia de la blusa es algo a destacar dentro de la pieza, si bien, la primera vez que presentó una colección con estas características fue considerado demasiado exhibicionista para 1968, pero la presentación de diseños en telas traslúcidas y sin sujetador por debajo marco un antes y un después para la moda, porque iba más allá de la vulgaridad, Saint Laurent logró entender que, en medio de la revolución sexual de la época y la ola feminista presente, era lo que la sociedad estaba buscando: libertad.</p> <p>Además de poseer esta transparencia, el traje en su composición total, al igual que toda la colección es un homenaje a Serguéi Diáguilev, fundador de los ballets rusos llevando esta esencia hasta el Haute Couture, mostrando así una estética estrechamente relacionando el arte con la moda.</p> <p>El diseño se muestra armonioso, uniforme, pero con movimiento marcado debido a la combinación de la tela, a su vez podría ser fácilmente utilizado en este tipo</p>

de interpretaciones de ballet puesto a la composición de piezas que posee.

Finalmente, en este caso no entraría en discusión la apropiación cultural, puesto que se concibe como un homenaje, en tal caso y como se ha visto en el capítulo primero se trata de una difusión transcultural.

Características de la imagen, otros diseños de la colección.

Plano americano, el diseño no se separa de la línea de la colección haciendo alusión al ballet ruso, pero en este caso los colores cálidos siendo la línea de las tonalidades doradas con negro, esto más el turbante en la cabeza y los extravagantes aretes forman parte de los complementos a destacarse en el traje.



Figura No.90 Escena tomada de la película “Yves Saint Laurent” (2014).

Matriz 19

Fuente: Rocío Luque Magaña (2015). Elaborado por Génesis Tipantasig

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES

Conclusiones

Entorno a la moda se pueden generar diversas concepciones e interpretaciones de la realidad, puesto que su desarrollo depende de los acontecimientos históricos, políticos, socio-culturales y, en general, del contexto en el que el mundo se desenvuelve, del ser humano y de la lógica mundial depende que se puede vestir y que no, entre lo aceptable y lo escandaloso, lo viejo o nuevo, la indumentaria se reinventa constantemente.

La moda necesita responder a las necesidades que se van creando con el pasar del tiempo, ya sea, una nueva silueta, corte, color y demás, es así que Yves Saint Laurent lo entiende y lleva a las prendas de vestir mucho más allá que los diseñadores de su época, de hecho, al tener ideas y conceptos mucho más modernos fue criticado y algunas de sus colecciones tachadas de polémicas.

Se hace necesario resaltar la razón por la que ciertos diseños de Saint Laurent no fueron aceptados inmediatamente, siendo debido a que representaban un choque ideológico y generacional, recordando que el diseñador incursionó en esta industria siendo joven y el *Haute Couture* de la época estaba segmentado para una clase social alta, conservadora y en general, adulta, puesto que este estrato es el que podía darse el lujo de pagar el alto precio que implicaba el vestirse con prendas de esta naturaleza.

Desde allí que se van formando los discursos estéticos predominantes en la segunda mitad del siglo XX, que fue la época dorada del modisto, donde se van concibiendo estas perspectivas sobre 'lo bonito y lo feo', correspondiendo lo bello para las generaciones más longevas a las siluetas reloj de arena, colores neutros, las telas y diseños sin transparencias ni escotes pronunciados, mientras que las generaciones jóvenes buscaban más versatilidad sin perder la elegancia, prendas útiles, sueltas y de colores vivos.

Al saber interpretar estos entornos y los acontecimientos, el diseñador busca comunicar en sus prendas la revolución que desatan los movimientos sociales de la mano de las personas jóvenes, pero sin perder la elegancia de los tiempos de antaño, logrando evocar tanto el sentimiento de nostalgia por unos años en donde aún no se vivió y a la vez teniendo aires de la renovación que implican las nuevas figuras, diseños e invenciones, llegando a marcar un hito en la unión de dos temporadas diferentes, cosa que se consolidó y expandió con su incursión en el *Prêt-à-porter* significando a su vez la democratización de la moda.

Este conjunto de características, si bien pueden verse distorsionadas o presentarse como falsas, dependen de los fines que se persigan, no obstante, el punto en común es que de cualquier manera se busca una presentación en sociedad, donde la ropa se vuelve una herramienta de construcción para una apariencia deseada capaz de modificar incluso el cuerpo. Es así como la moda es capaz de ejercer una comunicación no verbal a tal punto de poder expresar género, edad, lugar de origen, ideales y demás.

Es así que el éxito de Saint Laurent se debió en gran parte a lo controversiales que resultaron sus diseños en directa proporción a lo útiles que fueron, dicha utilidad nació como resultado de la inspiración en prendas que originalmente fueron concebidas para uso masculino y que en un acto de rebeldía el diseñador adaptó, por ejemplo, el smoking, la sahariana militar, la gabardina, el chaquetón de mariner, los abrigos que simulaban hombros anchos como los de los hombres, entre otros, para la silueta femenina.

Más osadas aún fueron consideradas las mujeres que usaban estas piezas, bastaba verlas con estos trajes para considerarlas como rebeldes, vulgares o vestidas ‘de mal gusto’, no era necesario que hablasen, o hicieran mayor expresión para saber que no estaban de acuerdo con la supremacía masculina por sobre ellas, que apoyaban a movimientos feministas o la revolución sexual.

Además de la autoridad de los contextos para estas variaciones, no se puede hablar de moda y su influencia, sin mencionar a las industrias culturales, las cuales ejercen poder sobre la rápida propagación de nuevas tendencias, entrando a la escena películas, revistas

y fotografías de moda en donde celebridades y modelos vistan los diseños. Dentro de la producción cinematográfica se evidencia como Yves Saint Laurent fue capaz de vender sus productos a través de la popularización de su imagen por medio del escándalo, siendo el primer diseñador en ser modelo de su propia marca, generando ventas.

Por otro lado, también se mostró en la película la inclusión de modelos afrodescendientes en sus pasarelas, realizando una inclusión para esta población, más no así con inserción en los cuerpos diferentes al de contextura delgada, si bien existió el desprendimiento del brasier en sus desfiles debido a que algunas de sus prendas estaban elaboradas en telas translúcidas y se necesitaba que resalte la naturaleza del diseño, no existió la aceptación de ver cuerpos más reales desnudos o semidesnudos dentro sus colecciones.

Lo señalado anteriormente fue popular durante la época, es por ello que las fotografías de revistas y en desfiles solo se apreciaban modelos delgadas porque se consideraban que eran bonitas y, por tanto, socialmente aceptadas mientras que se rechazaba a lo que no cumplía estos estándares.

Se concluye que Yves Saint Laurent fue uno de los modistos que mejor entendió el papel de la moda como vehículo de comunicación no verbal, de uso diario, capaz de ejercer una representación como revolución hasta consagrarse como algo normal y aceptado socio-culturalmente, cambiando entonces de manera gradual pero progresiva los discursos y apreciaciones sobre la belleza. Fusionando no solamente la moda con el arte, sino también involucrando más allá de gustos, discursos de género y estéticos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Adorno, T. (2004). *Teoría estética*. Madrid: Ediciones Akal.
2. Adorno, T., & Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Editorial Trotta.
3. Barthes, R. (1978). *Sistema de la moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili S.A.
4. Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Buenos Aires: Ediciones Paidós Ibérica S.A. Eco, U. (1976). *Psicología del vestir*. Barcelona: Editorial Lumen.
5. Baudillard, J. (1991). *La transparencia del mal*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
6. Baudrillard, J. (1981). *De la seducción*. Madrid: Ediciones Cátedra.
7. Baudrillard, J. (2009). *La sociedad del consumo*. Madrid: Siglo XXI.
8. Beauvoir, S. (2016). *El segundo sexo*. ePub.
9. Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México D.F. Editorial Itaca.
10. Bolloré, Y. (Productor) y Lespert, J. (Director). (2014). *Yves Saint Laurent* [Película]. Francia y Bélgica: Canal+.
11. Bourdieu, P. (1991). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
12. Castellanos, V. (2004). *La experiencia estética en el cine* (Tesis doctoral). Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: <http://132.248.9.195/pd2004/0600157/0600157.pdf>
13. Eco, U. (1986). *La estructura ausente*. Barcelona: Editorial Lumen.
14. Elgue, M. & Villaamil, G. (2019). *Signos en el vestuario Histórico: Análisis de la vestimenta de la Reina Elizabeth I en la pantalla* (Tesis de pregrado). Universidad de la República Uruguay. Recuperado de: https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/27164/1/06_TFG_ELGUE.pdf
15. Flügel, J. (2020). *Psicología del vestido*. Melusina.
16. Foucault, M. (2003). *Vigilar y castigar*. Buenos Aires: Siglo XXI.
17. Frobenius, L. (1933). *La cultura de África Occidental*. Zurich: Phaidon Press.

18. Glover, H. (2015). *De la hoja de Parra al Bikini: Moda como soporte de comunicación social* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/id/eprint/41612/1/T38532.pdf>
19. Goffman, E. (1987). *Gender advertisements*. Nueva York: Harper Torchbooks.
20. Goffman, E. (1989). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
21. Gutiérrez, J. (2002). *Las funciones estética y seductora de la moda usos e implicaciones en los jóvenes: El caso de la revista Eres* (Tesis de maestría). Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de: <http://132.248.9.195/pdtestdf/0312958/0312958.pdf>
22. Heller, E. (2008). *Psicología del color*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
23. Kulka, T. (2011). *El kitsch*. Madrid: Casimiro.
24. Larrea, S. (2019). *¿Son nuevos cuerpos los de la moda?* (Tesis de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar. Recuperado de <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6252/1/T-2678-MC-Larrea-Son%20nuevos.pdf>
25. Le Breton, D. (2002). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires: Nueva Visión SAIC.
26. Lipovetsky, G. (1996). *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
27. Lipovetsky, G. (2003). *El lujo eterno. De la era de lo sagrado al tiempo de las marcas*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
28. Lipovetsky, G. (2007). *La tercera mujer*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
29. Luque, R. (2015). *Relaciones entre arte y moda: Diálogos y juegos de identidad desde la alta costura en el vestir hasta nuestros días* (Tesis doctoral). Universidad de Málaga. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=152386>
30. Lurie, A. (1994). *El lenguaje de la moda*. Barcelona: Ediciones Paidós.
31. Martínez, J. (2020, noviembre). El esmoking para ellas, de Yves Saint Laurent, vuelve por todo. *Convos*. Recuperado de: <https://convos.cl/tendencias/el-esmoquin-para-ellas-de-yves-saint-laurent-vuelve-por->

[todo/#:~:text=%E2%80%9CQuiero%20encontrar%20para%20la%20mujer,con%20personalidad%20de%20la%20historia.](#)

32. Oscar de la Renta. (28 de agosto de 2012). *OscarPRGirl + Boaz Mazor: Fashion Victim*. [Archivo de Vídeo] Youtube. <https://youtu.be/rNeoKmp-M8I>
33. Pierce, C. (1935). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge: Editorial Introduction to Electronic Edition. Recuperado de: <https://colorysemiotica.files.wordpress.com/2014/08/peirce-collectedpapers.pdf>
34. Rivière, M. (2000). *La muerte de la moda en la era de los mutantes*. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
35. Sorlin, P. (1985). *Sociología del cine*. México D.F. Fondo de Cultura Económica.
36. Squicciarino, N. (1998). *El vestido habla*. Madrid: Ediciones Cátedra.
37. Vaca, M. (2019). Vestir una segunda piel: Formas de construcción de los cuerpos de las mujeres en la moda de Quito (Tesis de maestría). Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Recuperado de: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/15689/8/TFLACSO-2019MDVE.pdf>