

Apuntes para una etnografía de lo efímero

El vestido en la vida cotidiana urbana

Lauro Zavala*

El vestido como metáfora

La vida cotidiana en las grandes ciudades, en su diversidad multifrénica, parece ser lo único permanente de la cultura contemporánea. De hecho, el carácter efímero de la moda actual es lo que parece garantizar, paradójicamente, la única forma de permanencia a la que es posible aspirar en tiempos de escepticismo y relativización de paradigmas.

En estos apuntes para una etnografía de lo cotidiano propongo considerar la existencia de tres periodos en el desarrollo de la moda, y me centraré en las formas culturales propiamente urbanas, en las cuales la significación otorgada al vestido es más conmutativa y provisional que en otros contextos.

Tres estrategias: Un modelo de análisis

De acuerdo con las propuestas de análisis de Efrat Tseëlon, Kenneth Gergen, Hal Foster y muchos otros estudiosos de la cultura cotidiana contemporánea en las grandes ciudades, es posible reconocer tres grandes periodos en la evolución de las estrategias de apropiación simbólica de la ropa. A estos periodos podríamos llamarlos, respectivamente, *clásico*, *moderno* y *contemporáneo*.

A cada uno de estos periodos corresponde, respectivamente, la construcción de identidades *románticas*, *multifrénicas* o *virtuales*, y de cada una de ellas se derivan, para la construcción de la significación sartoriana, estrategias de *imitación*, *ilusión* o *simulación* del sentido.

Moda clásica

La moda surge como fenómeno social en Europa a principios del siglo XIV. Hasta ese momento, la ropa cumplía una función de distinción social únicamente en términos de las diferentes calidades de los materiales.

El periodo clásico de la moda comprende los siglos XIV al XVIII, y responde a lo que el sociólogo Georg Simmel ha llamado estrategias de imitación. Las clases subalternas imitan a las clases superiores, las cuales a su vez, como estrategia de distinción, crean nuevas modificaciones a la moda. En este sentido, la moda siempre está en proceso de devenir, y en competencia con su propio ritmo.

Algunos elementos provenientes de esta tradición subsisten hasta nuestros días, no sólo en términos de distinción social, sino también en el empleo metafórico de algunos términos sartorianos.

Desde esta perspectiva, en términos generales vestir puede significar cubrir la realidad, disfrazarla y crear una distancia entre la verdad y su revelación, mientras el acto de desvestir puede ser entendido precisamente como una forma de acceder a la verdad, pues ésta se representa como necesariamente desnuda. Este sistema de metáforas reproduce una metafísica de la profundidad, es decir, la creencia en verdades profundas que es posible descubrir a través de una búsqueda específica.

Esta creencia en elementos trascendentes coincide con la distinción entre un yo genuino y un yo escénico, y que



forma parte de la concepción romántica de la identidad. El yo público es aquí un manipulador estratégico de elementos simbólicamente pertinentes para el rol que se asume como propio.

En términos saussureanos, se puede señalar que en la preceptiva clásica hay un lazo *directo* entre el significante (en este caso, la moda) y su significado (representación de jerarquías y roles sociales), de tal manera que la ropa funciona como un mero reflejo de la estructura social.

Moda y modernidad

La moda, como fenómeno histórico, está asociado con la modernidad. Ambos términos tienen raíces etimológicas simila-

res, derivadas del término *modus*, que a la vez significa límite y regla, norma y medida.

Durante el periodo comprendido entre fines del siglo XVIII y la primera mitad del siglo XX, y debido a la expansión de las ciudades y la revolución industrial, se hace necesario desarrollar la distinción entre lo público y lo privado, y de este fenómeno se deriva también un desarrollo del arte de la simulación y la ocultación.

Con la multiplicación de los roles sociales, el status social de cada sujeto está determinado no ya por el linaje, sino por la función que cumple en el contexto laboral. Es así como surge la necesidad de diseñar uniformes que serán utilizados en el lugar de trabajo, con el fin de denotar el rango social, pues el vestido cotidiano empieza a denotar elementos tales como el tipo de actividad que se realiza, la hora del día en la que se utiliza, la ocasión específica, el género sexual o incluso el humor individual, es decir, elementos que no están directamente ligados al status social.

En este contexto surge una aparente democratización de la ropa, por lo que se hacen necesarios dos mecanismos correctivos para preservar las marcas de clase: *a*) el apoyo moral en prácticas aristocráticas (elegancia y buen gusto) y *b*) el énfasis en la escasez de los materiales (naturales vs. sintéticos) y la dificultad de la confección (hecho a mano vs. fabricado en serie).

Ya no existe un sentido inherente al empleo de una determinada ropa, así como tampoco hay una verdad trascendente. En su lugar surgen sentidos contruados. La referencia última de la significación de la moda no se apoya ahora en leyes naturales, sino en la ley de intercambio comercial y simbólico: el valor de uso es rebasado por el valor de cambio, y el valor simbólico está determinado por el mayor o menor prestigio de las casas de diseño o las marcas comerciales.

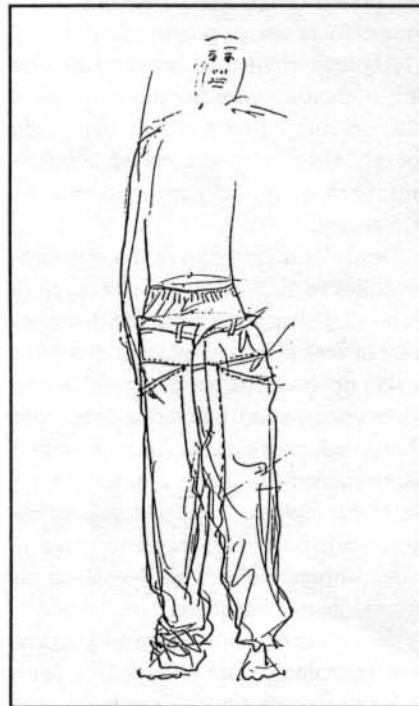
Este es el contexto en el que surge la tiranía de los significantes, es decir, de las marcas, que así cumplen las funciones señaladas por Roland Barthes para los nombres: el poder de esencialización (al designar a un solo referente), el poder de citación (ligado a la evocación de la misma esencia) y el poder de exploración (la posibilidad de asociar distintos nombres).

La identidad, en este contexto, es resultado de una operación camaleónica, al armar un pastiche construido con fragmentos de identidades múltiples. Esta es la multifrenia característica de la vida cotidiana en las ciudades modernas.

También en este contexto surge la fealdad estudiada de las primeras feministas, que ya no se asumen como objetos sexuales. Sólo más adelante las mujeres pensarán en reapropiarse de la ropa como campo simbólico en el que está en juego una doble afirmación de identidad sexual y autoestima, y un proyecto utópico de libertad de expresión (J. Levine).

Moda y sujeto virtual

En la ciudad de México se puede observar un cambio evidente. Está documentada gráficamente la uniformidad en la ropa durante los años 40, al dominar los colores blanco y negro como marcas de homogeneidad cultural y estética. Es a partir de fines de la década de 1960 cuando se inicia una explosión de cambios en cadena, hasta llegar al establecimiento de una diversidad aparente de opciones urbanas de los sectores medios, que coincide con la diversidad de las posibles identidades que pueden convivir en un mismo individuo, a lo largo de un mismo día.



La estética de la vida cotidiana urbana contemporánea es, para emplear el término de Jean Baudrillard, una estética de la simulación. En este contexto, los signos no tienen un sentido inherente, sino que generan un sentido propio al articular su relación con otros signos. Roland Barthes, en su estudio semiótico sobre la moda, retoma algunos de estos sentidos relacionales, como las parejas de oposiciones suave/severo, elaborado/austero y femenino/masculino.

A la vez que desaparece la función representativa de los signos, se conserva su dimensión estética y lúdica.

Al seleccionar diversas prendas de ropa se articula una experiencia de construcción, reconstrucción y reconocimiento de una identidad personal siempre provisional, sólo aparentemente íntima e individual.

Al poner en juego diversas estrategias de selección y combinación se participa en la construcción de un fantasma: la imagen para los otros.

Si en algunos contextos la ropa crea a la persona y corrobora su identidad, esta misma identidad es siempre provisional, y puede ser reconstruida en cada momento. También la identidad es una construcción efímera.

Libre de referentes, aquí los objetos de la moda obligan a reexaminar permanentemente los códigos en juego, indiferentes a cualquier orden social tradicional.

Los sujetos cuya identidad es relacional son terminales virtuales de redes múltiples, mientras el concepto de norma no está centrado en el individuo y su responsabilidad, sino en las redes sociales y las coyunturas contingentes de generación de sentido.

Aquí y ahora

Las formas contemporáneas de la moda descritas en el apartado anterior han sido interpretadas de dos maneras diferentes: como una estrategia de democratización (Gilles Lipovetsky) o bien como una *ilusión* de democratización (Jean Baudrillard).

Cada una de estas posturas se deriva, respectivamente, de lo que Hal Foster llama posmodernidad de *reacción* y posmodernidad de *resistencia*. Mientras la primera rechaza la modernidad con el

fin de afirmar los valores humanistas, la segunda desconstruye la modernidad y critica los valores humanistas, como la libertad, la belleza y la individualidad.

Cualquiera que sea la interpretación que adoptemos ante estos fenómenos, podemos ya reconocer algunas características de la moda posmoderna:

- celebración del simulacro (joyas falsas, moda retro)
- intertextualidad fragmentaria (montaje, collage, bricolage)
- vaciamiento de sentidos tradicionales (uso de símbolos religiosos como ornamentos; uso de materiales caros en condiciones comunes)

Esta moda, cuya naturaleza es vertiginosamente cambiante, pues depende de cada individuo en cada momento de su vida cotidiana, está con nosotros, en los espacios urbanos, desde hace varios años, y parece ser tan permanente como la presencia de los *jeans*.

Y además, Benetton

¿Cómo explicar, en este contexto de análisis, la presencia de un fenómeno como la publicidad de los suéteres Benetton? Como es ampliamente sabido, esta marca ha utilizado, entre otras fotografías, las de pacientes de sida en el momento de su agonía.

En el espacio de las miradas virtuales, las *normas* se vuelven volátiles, son el mero producto de juegos relacionales. Al

crear una posibilidad tan sólo con percibirla, es posible relacionar cualquier signifiante con cualquier otro, como en este caso, una marca de ropa con la fotografía de un instante dolorosamente íntimo.

Esto significa que no sólo jugamos juegos de lenguaje (en la acepción que dio Wittgenstein a esta formulación), sino que, siendo *Homo ludens*, también jugamos diversos juegos de normatividad moral y jurídica. Así, por ejemplo, el concepto de familia y el concepto mismo de identidad biológica son cada día más flexibles, al existir la posibilidad de la clonación y la existencia de diversos tipos de convenios jurídicos para normar cualquier clase de relación humana.

El inicio de esta ruptura lúdica frente a la tradición moderna podría encontrarse en la moda del desaliño iniciada en la década de 1960. Hoy coexisten la pervivencia de la semiosis bautismal que significa comprar en Liverpool o utilizar un Rolex comprado en la Lagunilla (propio de la modernidad) con la presencia de Dada lo mismo en el supermercado que en la Rue Vendome de París (cadenas de retrete usadas como cinturones pret-a-porter). La única condición para poder jugar distintos juegos es poseer el capital económico... y el capital simbólico —prestigio, verosimilitud, etc.— para proponer nuevas reglas de juego.

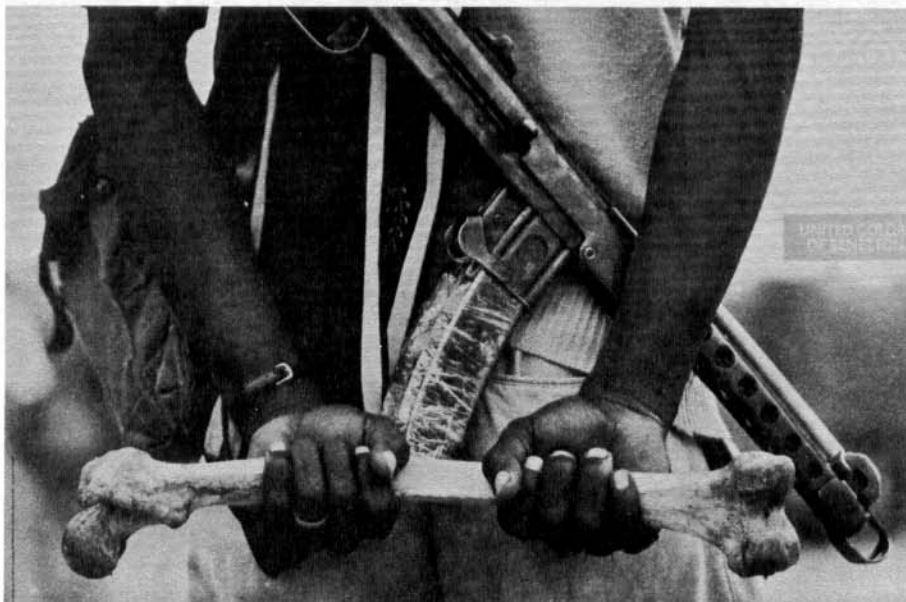
La publicidad de Benetton sólo se ha apoyado en este clima semiótico, en el

que se ha propuesto deslizar el concepto de norma, y proponer nuevas reglas conmutativas. De esta manera, el concepto mismo de norma es ya un concepto *deslizante*, como el peso.

La moda posmoderna, donde la simulación constituye una crítica a la tradición semiótica de la representación, y en la que el juego textual es una especie de carnaval de las formas, ha terminado por construir al sujeto virtual, y su carácter efímero es lo único permanente de nuestra socialidad cotidiana.

Bibliografía

- Barthes, Roland: *The Fashion System*, trans. by M. Ward & R. Howard. New York, Hill & Wang, 1983 (1967).
- Baudrillard, Jean: *Simulations*, trans. by P. Foss, P. Patton & P. Beitchman. New York, Semiotext(e), 1983.
- Doherty, William J.: "The Future of the Families: Privat Lives, Public Values" en *Psychology Today*, May-June 1992, 32, 34-37, 82.
- Dorfles, Gillo: *Elogio de la inarmonía*. Barcelona, Lumen, 1989.
- Elmer-Dewitt, Philip: "Cloning: Where Do We Draw the Line?" *Time*, November 8, 1993, 31-36.
- Enzensberger, Hans Magnus: "La comedia de los trapos. Una necrológica de la moda" en *El País*, 18 de noviembre de 1993.
- Foster, Hal: "Postmodernism. A Preface" en *The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture*, Hal Foster (ed.). Port Townsend, Bay Press, ix-xvi.
- Gergen, Kenneth J.: "From Self to Relationship", en *The Saturated Self. Dilemmas of Identity in Contemporary Life*. New York, Basic Books, 1991, 139-170.
- Lipovetsky, Gilles: *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona, Anagrama, 1990 (1987).
- Simmel, Georg: "Fashion" en *American Journal of Sociology* 62, 1957 (1904), 541-558.
- Tseñon, Efrat: "Fashion and the signification of social order" en *Semiotica*, Amsterdam, vol. 91, 1/2 (1992), 1-14.



*Profesor investigador del Departamento de Educación y Comunicación.