

1

VESTIR LA PROTESTA

MODALIDADES NARRATIVAS DEL DECIR/DISENTIR

EN LAS ESTAMPAS TEXTILES VESTIMENTARIAS *

María Candela Caudana

*"Todas la cosas ya fueron dichas,
pero como nadie escucha es preciso comenzar de nuevo."*

André Gide

El tratado de Narciso

*"Tan sólo las personas superficiales
no juzgan por las apariencias."*

Oscar Wilde

El retrato de Dorian Gray

candelacaudana@yahoo.com.ar Diseñadora Gráfica y licenciada en Diseño de la Comunicación Visual por la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad Nacional del Litoral. Es docente investigadora categorizada en dicha unidad académica y en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Se desempeña profesionalmente como Diseñadora de Comunicación Visual.

* El trayecto particular del Proyecto CAI+D 2009 "Investigaciones narrativas aplicadas. Construcciones multimodales del significado en distintos formatos y registros del discurso social" del que este informe da cuenta, profundiza y desarrolla nuevos alcances de la investigación realizada en el marco de la Tesina de Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual (FADU / UNL) titulada "La imagen vestida. El estampado textil vestimentario como hecho visual de interés disciplinar", dirigida por la profesora Nidia Maidana y aprobada el 12 de octubre de 2010 por el Tribunal compuesto por la doctora María del Valle Ledesma, la arquitecta Claudia Montoro y el arquitecto Alfredo Stipech.

RESUMEN

Este informe de avance se propone dar cuenta de algunos resultados obtenidos a partir del primer relevamiento e indagación sobre las particularidades morfosintácticas y retóricas que adquiere lo que, en el ámbito de los estudios sobre Comunicación Visual, se denomina “Gráfica Política”, cuando utiliza como vehículo de manifestación un soporte distinto de los tradicionales carteles o paredes pintadas: la indumentaria.

ABSTRACT

This progress report sets forth to take notice of some of the results obtained from the first research and investigation on the morphosyntactic and rhetorical peculiarities conferred by what, in the realm of Visual Communication studies, is known as “Political Graphics”, when it makes use -as a means of manifestation- of a support other than traditional posters or inscriptions on walls: clothing.

PALABRAS CLAVES

- > estampado textil
- > gráfica política
- > indumentaria
- > retórica

KEY WORDS

- > textile printing
- > political graphics
- > clothing
- > rhetoric

1. INTRODUCCIÓN

El trayecto de investigación a mi cargo consiste en un análisis de remeras estampadas con motivos políticos.

Buscando ajustar el enfoque a la especificidad del CAI+D “Investigaciones Narrativas Aplicadas”, he partido de las siguientes ideas: (1) todo enunciado es retórico (y en los enunciados del Diseño el procedimiento retórico es de alta complejidad) y (2) el retorismo expresa un orden de la cultura: cognitivo, en tanto rige modos de funcionamiento de la mente que nos permite entender el mundo; e ideológico, ligado a modos de funcionamiento del poder que nos hace ver el mundo de determinadas maneras (bajo la forma de discursos dominantes o contradiscursos –y el corpus escogido se propone como exponente de estos últimos–).

De acuerdo con esas ideas, el discurso de los estampados textiles expresaría y modelaría (dada su naturaleza creativa) un realidad determinada, susceptible de ser reconstruida mediante la tarea investigativa.

Ahora bien. El estampado textil es una particular manifestación de lo visual prácticamente ignorada por los estudios sobre la imagen, sobre la indumentaria y sobre la comunicación visual. Tal omisión no se condice con la importancia que los estudios sociales empiezan a reconocerle a la moda y al vestir como prácticas culturales. En tal sentido, el desarrollo de Entwistle (2003), que consiste en una perspectiva general y crítica de las formas en las que se ha pensado y escrito sobre la moda y la indumentaria, fundamentalmente desde la sociología y la antropología, me ha permitido acercarme a la ingente producción teórica existente sobre este grupo de problemáticas que definen la esencia de nuestro objeto.

Por su parte, la “gráfica política”, el “diseño de protesta”, la “disidencia gráfica”, el “activismo gráfico”, entre otras denominaciones que recibe, sí es un ámbito muy documentado visualmente y objeto de interés para la Comunicación, la Semiótica, el Diseño, entre otros.

Pero cabe señalar que en general se trata de estudios focalizados en las modalidades de la gráfica política asociadas al soporte pared (graffiti, pintada, esténcil, carteles, etc.).

Los soportes imponen modalidades estilísticas diferenciales a mensajes temáticamente afines. Gándara (2004:36) explica cómo el graffiti (o pintada), al elegir

una superficie que no está destinada a ser soporte de escritura, irrumpiendo en un lugar público o privado sobre el cual el emisor no tiene ningún tipo de prerrogativa, se define desde su esencia como transgresor y clandestino. En esos mensajes no se reivindica, por lo tanto, una autoría individual y directa sino que el anonimato, el seudónimo o la autoría colectiva son las formas de manifestación del emisor. Una segunda consecuencia derivada de la particularidad del soporte del graffiti es la necesaria economía expresiva, corolario no sólo de un actuar clandestino y en un espacio limitado, sino, además, del hecho de que la mirada destinataria suele ser la de alguien que no se detiene y en un entorno visual saturado de estímulos.

La indumentaria, como soporte de comunicación, si bien puede compartir algunos de esos condicionantes y consecuentes características discursivas, innegablemente conlleva otros. Por citar sólo uno bastante elocuente: la instancia de emisión varía notablemente (en relación, siguiendo el ejemplo, con el graffiti) desde el momento en el que al autor de la prenda (conocido o, generalmente, anónimo) se le superpone (en algunos casos) una firma comercial de indumentaria y, lo más importante, un usuario que asume el mensaje de lo que viste como un rasgo conformador de su propia identidad frente a los otros.

Pienso que es posible sostener una especificidad discursiva (al menos potencial) de la imagen del estampado textil en el ámbito concreto de la comunicación política. Su caracterización será, por lo tanto, el objetivo general de nuestro estudio.

2. DESARROLLO

2.1. CONSTRUCCIÓN DEL CORPUS

El conjunto de piezas que utilizaré a modo de casos para el análisis, estará constituido por una serie de remeras estampadas relevadas fotográficamente entre los integrantes de la comunidad universitaria de la Universidad Nacional del Litoral, en el período comprendido entre fines de 2010 y mediados de 2011.

Como criterio para llevar a cabo la selección, cabe aclarar que consideraré “políticas” a aquellas estampas que se inscriban en el primer grupo de la diferen-

ciación que establece Baudrillard (1983), a propósito del graffiti: el autor diferencia, centrándose en la intencionalidad comunicativa de los mensajes, un primer tipo que busca transmitir un mensaje de contenido político-ideológico, es decir, que revela algún compromiso con la realidad social, y un segundo grupo que responde a una preocupación estética y carece de significado inmediato, manifestando una intención lúdica y una búsqueda más intimista, que se regodea con la forma.

Para avanzar en una clasificación de las piezas relevadas recurriré a los criterios propuestos por Glaser e Ilic (2009) que posteriormente serán desarrollados (ver 2.2.2).

Con carácter provisional, a fin de someter a prueba experimental el repertorio inicial de categorías analíticas e interpretativas, trabajaré sobre algunos casos seleccionados, similares al objeto de interés (estampas textiles de contenido político), pero no inscriptos en el marco témporo-espacial propuesto.

Estas piezas-modelo fueron seleccionadas de entre las recogidas en dos publicaciones sobre el tema: una focalizada en la gráfica política (Glaser e Ilic, 2009) y otra en el diseño de estampas para remeras (Bou, 2008).

2.2. PERSPECTIVAS DE ANÁLISIS

A los efectos de sistematizar el análisis de las piezas seleccionadas, realizaré un fichaje descriptivo y analítico de las mismas en base a las siguientes categorías generales:

2.2.1. IDENTIFICACIÓN

En la ficha de análisis, área destinada a la numeración de la pieza y consignación de información sobre su autoría, fecha, etc.

2.2.2. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Sector correspondiente al análisis de características generales de la estampa como *género* (femenino, masculino o unisex); *modalidad* de la estampa (única o continua –de ser continua se indicará la existencia o no de direccionalidad (pie) en el diseño–) y categorización del *motivo* de acuerdo a la temática política particular.

El criterio para esta clasificación de las piezas consistirá en una reformulación del sugerido en el libro *Diseño de protesta* (Glaser e Ilic, 2009).

A modo de avance, se propone la siguiente taxonomía:

- > antibélicas o pacifistas;
- > antidiscriminatorias (raciales, sexuales, religiosas);
- > ecológicas;
- > anticorporativas;
- > antigubernamentales;
- > de denuncia social (pobreza, marginación).

Esta reformulación busca adaptar la mencionada propuesta a la propia realidad cultural, y es provisoria, en tanto se presupone que el relevamiento traerá como resultado la necesidad de su ampliación o ajuste.

Para finalizar esta sección, haré una *descripción verbal de la imagen* a los efectos de consignar los términos que se utilizarán durante el resto del análisis.

2.2.3. CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS

Área destinada a la identificación del *sistema de impresión* mediante el cual se materializó la estampa. El sistema de impresión es relevante ya que condiciona notablemente los rasgos estilísticos de la imagen estampada y su reproductibilidad en soportes distintos del textil (Caudana, 2010:93-96).

2.2.4. CARACTERÍSTICAS MORFOSINTÁCTICAS

Sector correspondiente al análisis de los aspectos morfológicos y sintácticos de la imagen. La descripción de los elementos y las técnicas visuales utilizadas en el diseño de la estampa estribará fundamentalmente en los conceptos de Dondis (2000). Particularmente, en su sistematización sobre los *elementos básicos de la comunicación visual* y las *técnicas visuales*.

Dado que las *estructuras de repetición* tienen mucha importancia en el universo de la estampa textil en su modalidad de estampa continua (aunque, a priori, se pueda pensar que las estampas políticas funcionarán primordialmente

con la modalidad de estampa única), he decidido incorporar las categorías de Wong (1979) que son mucho más específicas y exhaustivas en ese punto.

El último nivel de estudio dentro de este apartado tiene que ver con el análisis morfosintáctico de la *imagen sobre la topografía del cuerpo*. Dada la ausencia de desarrollos al respecto, propongo una serie de categorías que permitan el acercamiento a una de las características específicas más significativas del soporte textil: su relación formal y conceptual con el cuerpo portante.

Básicamente este segmento del análisis se dividirá en dos partes. En primer lugar, la identificación del modo en que la estampa (re)propone las *relaciones estructurales* del cuerpo humano¹. En segunda instancia propongo identificar los *recursos* mediante los cuales la estampa se adapta o no al cuerpo. Algunas posibilidades serían las siguientes:

- > generación de recorridos;
- > creación de puntos de interés;
- > creación de zonas de "silencio";
- > creación de zonas uniformes;
- > generación de "anomalías" en el motivo debido al efecto del volumen corporal y a su movimiento.

2.2.5. ANÁLISIS RETÓRICO

Para llevar a cabo esta parte del análisis, recurriré a los conceptos esenciales de la teoría semiótica visual desarrollada por el Grupo μ (1993). Me interesa especialmente contar con herramientas teóricas específicas de lo visual y que además incluyan los procedimientos no restringidos al ámbito de la imagen representativa. La incorporación al análisis del nivel plástico de la imagen es uno de los fundamentos para la elección del texto, además de su exhaustividad y precisión.

¹ Dichas relaciones estructurales son descritas por Saltzman (2007: 23-28): relación cabeza-tronco-extremidades; relación frente-espalda; relación inferior-superior y relación izquierda-derecha. Según nuestra propuesta, los modos en que la estampa puede retomar esas relaciones son, básicamente, de ruptura u observancia. Cabe aclarar también que al haber recortado un tipo de prenda particular (remera) algunas relaciones como la de cabeza-tronco-extremidades o superior-inferior, que sí son retomadas en otro tipo de prendas, quedarán excluidas en este caso.

Entendiendo que un análisis total de los procedimientos retóricos intervinientes es prácticamente imposible dada la riqueza del material en cuestión, propongo identificar el o los procedimientos más importantes desde mi punto de vista.

Por otra parte, tal como se puede ver en el ejemplo expuesto a continuación (ver 2.3), se ha circunscrito el estudio a la identificación del *nivel sígnico* en el que se realiza la operación retórica (icónico, plástico o iconoplástico) y del *modo en que se establece la relación* entre el grado percibido y el grado concebido del enunciado², sin llegar a una taxonomía de figuras como la propuesta por los autores.

El motivo de esta limitación en el análisis retórico, tiene que ver con que el Grupo μ recurre a ejemplificaciones mayoritariamente pictóricas o piezas paradigmáticas de comunicación visual (afiches y avisos publicitarios), y sabemos que el cambio de soporte determina tanto la inexistencia de ciertos procedimientos como la aparición de otros nuevos, no contemplados (Caudana, 2010). Forzar una clasificación exhaustiva conduciría, en este caso, a un análisis empobrecido del objeto.

Como consideración general sobre la decisión de focalizar la investigación en los procedimientos retóricos utilizados se puede señalar que, inscribiéndose claramente nuestro objeto de interés en el área del Diseño que Ledesma (1999:61-67) denomina "Hacer/hacer", o sea, una acción comunicativa de objetivos claramente persuasivos, se impone como prioritario el desentrañar las estrategias empleadas en la construcción de esos argumentos que buscan producir o modificar una actitud determinada.

Por otra parte, encuentro otra valoración interesante del análisis retórico en el planteo de Pericot (2007). En su artículo titulado "Jugadas inéditas del juego de la imagen", retomando a Wittgenstein, el autor describe el acto comunicativo como una actividad contractual (entre enunciador y enunciatario) en el que la alteración (retórica) del enunciado (visual) es una forma de innovación que "amplía constante el sistema vigente de entendimiento mutuo".


² Según los autores (Grupo μ , 1993: 243–255), las diferentes modalidades de enfoque del grado concebido y el grado percibido se estructuran en torno a dos pares de variables polares: el par *in praesentia versus in absentia* (dependiendo de si las dos entidades están presentes en el enunciado o si una sustituye a la otra) y el par conjunto *versus* disyunto (dependiendo de que las dos entidades ocupen el mismo lugar del enunciado o lugares diferentes).

Pericot utiliza la expresión “juego de la imagen” para referirse a la pluralidad de funciones y posibilidades de generar sentido de un enunciado visual, más allá de los “estrechos límites de la función representativa”.

En esa posibilidad de generar sentido más allá del significado está la riqueza del trabajo retórico sobre la imagen, que comporta, dicho sea de paso, un enunciatario indiscutiblemente activo.

2.3. EJEMPLIFICACIÓN

A continuación se muestra, a modo ilustrativo, uno de los análisis previos realizados para el testeo del instrumental teórico y metodológico propuesto. La estampa escogida ha sido publicada en el libro de Bou (2008:185).

01. IDENTIFICACIÓN	
	Nº 6
	TÍTULO: “No War”
	AUTOR: <i>Putos modernos</i> . (Barcelona, España)
	AÑO DE REALIZACIÓN: desconocido
	RELEVAMIENTO: FECHA: (no corresponde en este caso) LUGAR: (no corresponde en este caso)
02. CARACTERÍSTICAS GENERALES	
GÉNERO: unisex	CATEGORÍA POLÍTICA: antibélica
MODALIDAD: única	PIE: (no corresponde en este caso)
DESCRIPCIÓN: silueta de avión de guerra (negra) y de la estela que deja al desplazarse (amarilla) dispuestos de manera diagonal partiendo desde el ángulo superior izquierdo. Las palabras “No War” (amarilla y blanca respectivamente) y la firma de los autores (negra) acompañan cromática y sintácticamente a la mencionada estela.	

(CONTINÚA EN LA PÁGINA SIGUIENTE)

3. CARACTERÍSTICAS TECNOLÓGICAS	
SISTEMA DE ESTAMPACIÓN: vinilo termo-transferible. (En este caso, al no contar con la prenda real o con información precisa al respecto, se postula un sistema probable.)	TINTAS/COLORES: 3 (más el color de la tela).
4. CARACTERÍSTICAS MORFOSINTÁCTICAS	
<p>ELEMENTOS VISUALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> > Las figuras aparecen como <i>planos geométricos</i>, la tipografía reitera dicha modalidad (el significativo grosor de los rasgos tipográficos los aleja de la apariencia lineal para acercarlos al plano. Lo mismo ocurre con la “línea” de la estela del avión, cuyo grosor le otorga entidad de plano.) > <i>Direccionalidad</i> diagonal descendente muy marcada. > Variedad tonal limitada: la figura del avión contrasta escasamente con el fondo. En los elementos textuales y en la estela el contraste entre figura (clara) y fondo (oscuro) es mayor. > Variedad <i>cromática</i> limitada: a los valores acromáticos blanco y negro se añaden un verde desaturado y oscuro (evocador del “verde militar”) para el fondo y el amarillo saturado en algunas figuras. > Ausencia de <i>textura visual</i> en las figuras (se utilizan colores planos). Además, la <i>escala externa</i> mediana de los elementos anula la percepción del conjunto como textura visual. La <i>escala interna</i> de los elementos es homogénea: no hay contraste de tamaños (salvo el tamaño significativamente menor de la firma). > Ausencia de representación de la <i>dimensión</i>: no se utilizan indicadores espaciales. > Significativa ilusión de <i>movimiento</i> introducida por la diagonalidad de la imagen. 	
<p>TÉCNICAS VISUALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> > El <i>contraste</i> (tonal) destaca la frase verbal. > La direccionalidad diagonal descendente y la distribución de los pesos visuales se traduce en una relativa <i>inestabilidad</i> compositiva. > La composición es <i>asimétrica</i> en relación con el soporte. > La elementalidad formal de las figuras genera <i>simplicidad</i>. Por lo mismo, además de por la reducida cantidad de elementos visuales, la estampa es también <i>económica</i>. > Los distintos elementos de la imagen construyen una <i>unidad</i> formal. > El dinamismo mencionado en el apartado anterior puede ser planteado en este como el aprovechamiento de la técnica visual de la <i>actividad</i>. > La figura aparece como un <i>acento</i> sobre el fondo. > Se aprovecha también la técnica visual <i>plana</i> (ya señalamos la ausencia de representación dimensional en el apartado anterior). > La composición es <i>singular</i>, se centra sobre un tema único. > Los contornos netos y precisos de la figura generan <i>agudeza</i>. 	

(CONTINÚA EN LA PÁGINA SIGUIENTE)

<p>ESTRUCTURA DE REPETICIÓN: Repetición dentro del módulo: (no se analiza en este caso) Estructura: (no se analiza en este caso) Organización del <i>rapport</i>: (no se analiza en este caso)</p>	
<p>RELACIÓN ESTAMPA-CUERPO: Relaciones estructurales: > <i>Frente-espalda</i>: respeto de la asimetría corporal. Jerarquización del frente. > <i>Izquierda-derecha</i>: ruptura de la simetría corporal. > Oposición a la <i>direccionalidad</i> vertical del cuerpo. Recursos: > La figura genera un <i>acento</i> o punto de atención coincidente con la zona del pecho (ubicación tradicional de estampas únicas). > Se insinúa un <i>recorrido</i> por la direccionalidad de la imagen.</p>	
<p>5. PROCEDIMIENTOS RETÓRICOS</p>	
<p>NIVEL DE LA OPERACIÓN: verbo-icónico³</p>	<p>MODO DE LA RELACIÓN: <i>In absentia</i> conjunto</p>
<p>FUNDAMENTO: Esencialmente la estampa comunica a través de la contradicción semántica entre la frase que se opone a la guerra y la imagen que la revela, que la expone (mediante la sinécdoque avión=guerra).</p>	

³ La teoría retórica del Grupo μ se limita al análisis de las imágenes, por lo tanto, los niveles sémicos contemplados son el icónico, el plástico y el inconoplástico. Pero muchas veces los mensajes visuales son construcciones mixtas en las que el texto verbal juega un papel importante. Esa, además, es una modalidad recurrente en las diversas manifestaciones de la gráfica política. En ellas, las consignas verbales son un elemento común y a veces preponderante. Por lo tanto, aun sosteniendo la importancia de los procedimientos visuales en la construcción retórica de la estampa –incluido el desarrollo visual de los elementos verbales–, será necesario incorporar al análisis el rol del mensaje lingüístico.

2.4. MARCOS DE REFERENCIA CONCEPTUAL

2.4.1. IMPORTANCIA CULTURAL DE LA INDUMENTARIA

“Nacemos desnudos y vivimos vestidos”. El sujeto social es un sujeto vestido: el cuerpo biológico se organiza y modifica en la medida en que le son agregados signos culturales –como el tatuaje, el maquillaje, los adornos, el vestido, etc.– que adensan y/o transforman su significado original, siempre en relación con el contexto particular en el que dicho proceso se desarrolla.

Desde un punto de vista teórico, lo que comúnmente llamamos indumentaria, es un objeto múltiple, integrador de aspectos que, según Entwistle (2002) han sido estudiados, hasta el momento, de manera separada: “la moda” y “el vestir” (pudiendo este último ser subdividido en dos aspectos: “el vestido” y “el adorno”). “Moda”, “vestido” y “adorno” aportan diferentes matices para pensar la indumentaria.

La moda es un sistema de vestir que podemos hallar en la modernidad occidental y esta noción es la que suele usarse en la sociología o en los estudios culturales. Hay, además, un acuerdo más o menos extendido en el hecho de que la moda emerge dentro de una clase particular de sociedad en la que la movilidad social es posible, defendiendo la idea de que la “emulación” es un factor motivador relevante.

Varios teóricos concuerdan en definir a la moda como sistema de vestir caracterizado por una lógica interna de cambio regular y sistemático o lógica “del cambio por el cambio”.

La frase “sistema de la moda” tal como se emplea en muchos textos⁴, se refiere a la relación entre la fabricación, la comercialización, la distribución de la confección a los minoristas, la venta al detalle y gran cantidad de procesos culturales. Todo esto sirve para producir “moda”, y al hacerlo se estructuran casi todas las experiencias del vestir cotidiano. Esta influencia estructural es tan fuerte que incluso el vestido etiquetado como “anticuado” y el que es conscientemente opuesto a la moda tienen un sentido sólo en su relación con la estética dominante propagada por la moda.

⁴ Basados en el desarrollo pionero de Barthes (1967) *Le système de la mode*. Cit. por Entwistle, 2002.

Los términos “vestido” y “adorno” se asocian a la literatura antropológica en su búsqueda de universales, es decir, aquello que pertenece a todos los pueblos y culturas. Mientras que “vestirse” enfatiza el proceso de cubrirse y protegerse, “adornarse” hace hincapié en los aspectos estéticos de alterar el cuerpo. Es decir, estos términos se focalizan en aspectos funcionales y simbólicos respectivamente.

Habiendo definido los términos principales, es necesario detenerse ahora en sus interrelaciones:

La moda-vestir puede ser definida como “práctica corporal contextualizada” (Entwistle, 2002), reconociendo la tensión sociológica básica entre estructura y agente: estructuras tales como el sistema de la moda pueden imponer parámetros en torno al vestir; sin embargo, dentro de estas restricciones, las personas pueden ser creativas en sus interpretaciones de la moda y en sus prácticas del vestir.

Las elecciones del vestir siempre están definidas dentro de un contexto particular: el sistema de la moda proporciona la “materia prima” de nuestras elecciones, pero estas se adaptan dentro del contexto de la experiencia vivida. Vestirse todos los días es una negociación práctica entre el sistema de la moda como sistema estructurado, las condiciones sociales de la vida cotidiana –como la clase, el género, etc.– y las reglas o normas que rigen situaciones sociales particulares.

La moda proporciona la materia prima para la mayor parte de la ropa que se usa a diario, no sólo produciendo las prendas en sí, sino también los discursos y las ideas estéticas en torno a las mismas que sirven para estructurar la recepción y el consumo de estilos.

Sin embargo, la moda no es el único determinante en el vestir cotidiano, los estilos de un momento dado siempre están mediatizados por otros factores sociales como la clase, el género, la edad, la ocupación, los ingresos, la forma del cuerpo, etcétera.

Otro argumento para sostener la importancia, ahora, específicamente, de la estampa como objeto semiótico, es considerarla integrando lo que Gubern (1996) denomina “iconosfera” (utilizando un término cuya autoría atribuye a Gilbert Cohen-Séat, fundador del Instituto de Filmología de París). La iconosfera, según Gubern, constituye una de las capas o componentes de lo que Yuri Lotman propuso como “Semiosfera”: el ambiente o entorno de signos que envuelve al hombre moderno (Gubern, 1996:107).

La estampa textil no sólo es un componente de nuestro entorno semiótico, sino uno con mucha relevancia dadas sus particularidades: se trata de una imagen que “circula” (no sólo en sentido figurado sino también literal, porque se desplaza de una forma en la que no lo hace ningún otro tipo de imagen), circula, decíamos, socialmente de una forma masiva y constante, y además lo hace sobre un soporte atípicamente significativo: el cuerpo.

2.4.2. LA COMUNICACIÓN VESTIMENTARIA

Una explicación recurrente del por qué del vestido tiene que ver con el pudor y la modestia: la ropa se lleva para cubrir el cuerpo ante los ojos de los otros. Sin embargo, otra explicación, que si bien no rechaza la anterior puede ser más significativa, está en el propósito humano de exhibirse y comunicarse.

La idea de que el vestido es comunicativo ha sido adoptada por muchos teóricos y utilizada para explicar el propósito de la moda en las sociedades modernas: la ropa y los adornos se pueden llevar por razones instrumentales y para protegerse, pero también forman parte de la cultura simbólica de una comunidad.

El conjunto de la vestimenta es un sistema de signos cuya articulación constituye sentido. Eco (1976) señala:

“El vestido es expresivo. Es expresivo el hecho de que yo me presente por la mañana en la oficina con una corbata ordinaria a rayas; es expresivo el hecho de que de repente la sustituya por una corbata psicodélica; es expresivo el hecho de que vaya a la reunión de consejo de administración sin corbata.” (Eco en Saltzman, 2007:117)

Un ejemplo del criterio de la moda como comunicación es el que lleva a la analogía entre moda y lenguaje. Pero resulta necesario comprender, tal como señala Davis (1992) que la idea de “lenguaje” se debe aplicar a la moda metafóricamente y no en un sentido literal.

Sin embargo la idea de un código es especialmente útil: un código es el “ligamento que une las interpretaciones compartidas que comprenden el ámbito de un discurso y, por ende, sus arreglos sociales asociados” (Davis en Entwistle, 2002:89). Hay códigos sociales del vestir (muy ligados al contexto), pero no hay modo de que la ropa nos pueda transmitir un mensaje preciso como una frase

hablada. La ropa, para Davis, es significativa, pero sus significados son ambiguos e imprecisos. Su verdadero poder procede de su capacidad para sugerir, evocar y oponerse a un sentido establecido. En otras palabras, la ropa es lo que el Grupo μ (Davis en Entwistle, 2002:234-239) denomina un objeto semiótico tipo II.

Debemos considerar la diferenciación entre dos tipos de semióticas: las "semióticas fuertemente codificadas" y las "semióticas débilmente codificadas". Las primeras, "tipo I", poseen dos características: (a) La segmentación de los planos de la expresión y del contenido es bastante neta en ellas. (b) La relación entre las unidades de cada uno de los planos está en ellas fuertemente estabilizada. Debido a que las relaciones que unen los planos de la expresión y del contenido tienden hacia la biunivocidad, las unidades adquieren un valor en el sistema y esos sistemas pueden ser objeto de una primera descripción fuera de los enunciados.

Las semióticas poco codificadas, o "tipo II", poseen características inversas a las del tipo 1: (a) La formalización del plano de la expresión y del contenido tiende a la fluidez: los conjuntos que se dibujan son bastante vagos. (b) El lazo entre los conjuntos vagos de los dos planos es inestable, difícil de establecer. Puesto que las relaciones entre expresión y contenido están en ellas menos sometidas a una legalidad, son plurívocas y el valor de los signos varía con los contextos.

Pero no hay una simple polarización entre tipo 1 versus tipo 2 sino un continuum que nos hace ir de lo que Eco (1987) llama la *ratio facilis* más pura a la *ratio difficilis* más pura.

Esta particularidad semiótica de la ropa (su significación "débilmente codificada") debe necesariamente ser puesta en relación con la comprensión del lugar particular de la estampa en el discurso completo de la vestimenta. Para eso, me serviré de la explicación de Saltzman (2007:125) sobre los sistemas que interactúan en esa constitución:

- a > El del cuerpo soporte (con todos los aspectos de su apariencia: cosmética, peinado, tatuaje, ornamentación, etcétera).
- b > El de la vestimenta (lo que incluye elementos vestidos y portados, esto es: la ropa, el calzado y los accesorios).
- c > El del contexto de referencia (espacio, tiempo, lugar, situación histórica, cultural, social, política, económica, etcétera).

La estampa constituye uno de los componentes del punto “b” recientemente mencionado. Como se ve, se inscribe en una situación discursiva bastante compleja de la que sólo es una parte pequeña, pero es especial y característicamente significativa.

Digo esto porque, si se trata de una estampa icónica, modalidad que predomina en el ámbito del estampado textil (Caudana, 2001:97) –y es condición *sine qua non* para reconocer en una imagen un mensaje político–, será el único elemento significativo del conjunto vestimentario inscripto en una semiótica fuertemente codificada (o tipo I) y, por lo tanto, su significación tendrá una potencia y “univocidad” –si se puede hablar de tal cosa en cualquier proceso semiótico– que difícilmente tenga alguno de los otros componentes.

2.4.3. IDENTIDAD

La moda y el vestir guardan una compleja relación con la identidad: por una parte, la ropa que elegimos llevar puede ser una forma de expresar nuestra identidad, de decir a los demás algo sobre nuestro género, clase, posición, etc.; por la otra, nuestra indumentaria no siempre se puede “leer”, puesto que no “habla” directamente y, por consiguiente, está expuesta a malas interpretaciones. En otros términos, se reconoce una significativa tensión entre la ropa como reveladora y ocultadora de la identidad. Por una parte, se puede decir que la ropa es “inmanente” en el aspecto y, por la otra, se le puede reconocer su posibilidad de confundir, de ocultarse tras un “disfraz”.

Se trata de una contradicción entre artificio y autenticidad, entre el yo creado y con estilo propio y el yo natural y auténtico: mientras queremos leer al otro a través de su aspecto y esperamos poder hacerlo con exactitud, al mismo tiempo somos conscientes de que las “apariencias pueden ser engañosas”. Ser conscientes de la problemática naturaleza de la apariencia no nos impide intentar controlar cómo cuidamos y calculamos nuestro aspecto para “dar una buena impresión” y empleamos toda una serie de estrategias para resaltar nuestra apariencia.

Sin embargo, el modo en que realizamos nuestra propia identidad no está libre de restricciones. La ropa que elegimos llevar representa un compromiso entre las exigencias del mundo social, el medio al que pertenecemos, y nuestros

deseos individuales. Esta tensión entre estructura social y actuación individual es descrita por Simmel (1904), quien le concede cierto grado de importancia en la sociedad moderna como fenómeno que pone de manifiesto los deseos contradictorios entre imitación social y diferenciación individual.

Por consiguiente, otro tema, cuando se habla de la identidad en la relación con el cuerpo creado, es cómo la moda y el vestir expresan las identidades grupales. El modo en que la indumentaria puede marcar las fronteras entre los distintos grupos es evidente, en la actualidad, en el caso de las subculturas de los jóvenes. Las subculturas utilizan la ropa para resaltar las diferencias de gusto, estilo de vida e identidad. Sin embargo, si con esa distinción el individuo pretende diferenciarse de los demás, también trata siempre, a un mismo tiempo, de hacer ver a los otros que se asemeja a ellos.

En la cultura contemporánea, el cuerpo se ha convertido en el templo de la identidad. Experimentamos nuestros cuerpos como separados de los demás y cada vez más nos identificamos con ellos como recipientes de nuestras identidades y lugares de expresión personal. Podemos utilizar la ropa para expresar nuestro carácter único, pero es igualmente probable que encontremos estilos de vestir que nos conecten con los demás.

Esta dialéctica entre diferenciación e identificación grupal será muy pertinente para pensar el caso particular de la indumentaria como vehículo de identidades políticas.

2.5. PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL TRABAJO EXPLORATORIO

Lo desarrollado en mi trabajo de tesina es la etapa inicial de la investigación que ahora pretendo continuar. Si bien los objetivos de aquella investigación eran diferentes de los del estudio actual (incluso el enfoque semiótico no fue prioritario entonces), el objeto general de interés sí tuvo continuidad: en la Tesina trabajé sobre el diseño de estampados textiles vestimentarios, pero sin realizar un recorte temático (o “intencional”) como el que propongo ahora.

Entiendo que algunos resultados de esa investigación merecen ser expuestos en este momento dada su pertinencia para el desarrollo futuro:

a > Es posible hablar de un estilo formal dominante (no único, por supuesto) en la imagen de estampados textiles y el mismo parece estar en gran medida condicionado por el sistema de impresión estadísticamente predominante en la industria textil: la serigrafía de tintas planas.

Ciertos atributos visuales aparecieron de manera recurrente a lo largo del análisis realizado:

- > formas de importante grado de simplicidad, de la mano de la recurrente utilización de los elementos visuales básicos (el punto, la línea y el plano) de una forma neta, fácilmente reconocible;
- > la repetida utilización del color plano –sin medios tonos– y del color vivo –posible gracias a los fuertes depósitos de tinta que logra la serigrafía–;
- > la relativamente limitada variedad tonal y cromática (si comparamos estas imágenes con, por ejemplo, imágenes fotográficas), el promedio de colores intervinientes en las estampas no supera la decena y lo mismo ocurre con la variedad tonal;
- > la casi total ausencia de representación de la dimensión o profundidad; en otros términos, el predominio de la técnica visual plana;
- > la preponderancia de la escala externa mediana a pequeña en los elementos de la representación;
- > la exigencia de regularidad en la estructura del *rapport* de la imagen continua, condición *sine qua non* de cualquier sistema de impresión analógico;
- > el predominio de motivos continuos sobre motivos únicos y la tendencia a “exacerbar la repetición” en situaciones en las que la misma no sería obligatoria: al interior del módulo en la estampa continua y en estampas únicas, que muchas veces presentan repetición de motivos o de ciertos parámetros formales.

b > Los atributos antes mencionados, junto con el predominio de ciertas técnicas visuales como la *profusión* y la *complejidad*, sumados a la ausencia de “silencios” constatada permanentemente en el análisis de la relación estampa-cuerpo, abonaron lo que denominamos la “riqueza (o exhuberancia) visual del estampado textil”.

Flórez (2006) habla de “un nuevo espíritu ornamental” como una tendencia del diseño contemporáneo, observable especialmente en el diseño de

estampados, que va dejando atrás la simplicidad y la pureza del minimalismo imperante en las últimas décadas.

Será muy interesante tratar de conciliar (o reformular) esa particular condición estética del estampado textil con una voluntad ideológica supuestamente enfrentada como es la de la comunicación política.

El “exceso de retorización”, la “desviación formalista”, son algunas de las formas peyorativas utilizadas para referirse al énfasis en el nivel superficial, sensible, estético, de los objetos comunicacionales.

Paralelamente, no debe haber nada más “superficial” que el diseño de estampados. Saltzman (2007:47 y ss.) sitúa al estampado, dentro del proyecto de la vestimenta, como una manifestación del nivel de la superficie. La superficie es la zona límite de una forma. Como tal, rodea, circunda, cubre y envuelve algo, siendo a su vez el plano de contacto directo entre ese objeto (o sujeto) y el entorno. Todo el universo material se manifiesta y puede ser percibido a través de las características superficiales de los organismos naturales y las creaciones humanas.

A su vez, los elementos superficiales expresan las condiciones esenciales del ser en cuestión, mediante la temperatura, el grado de dureza, la textura, el color y la forma. La superficie describe la identidad de su contenido, y es el área en que se juega su adaptación o diferenciación con respecto al medioambiente, pudiendo establecer relaciones miméticas (como el camuflaje) o de oposición (como el contraste).

La superficie es la faz más notablemente expresiva, ya que es donde tiene lugar la comunicación del individuo en términos de apariencia, simulación, fusión o desapercibimiento. Esto es precisamente lo que sucede con el estampado o con la piel tratada estéticamente mediante las distintas clases de tatuaje o pintura corporal.

Recapitulando, será necesario, entonces, pensar qué relaciones se establecen, en el caso particular de la estampa política, entre dos universos supuestamente distanciados: el del compromiso ideológico y el de la belleza y el ornamento.

c > Volviendo a los resultados del trabajo de tesina, otro punto importante fue el notablemente bajo aprovechamiento de la relación estampa-cuerpo desde un punto de vista morfológico. Las expectativas planteadas sobre el tema fueron en gran medida defraudadas.

Lo que encontré fueron estampas que, en su mayoría, no parecían haber sido pensadas especialmente para funcionar sobre el cuerpo humano. Los estampados analizados “llenaban” la silueta o se superponían a la misma, sin interactuar con la propia forma del cuerpo y el vestido.

Los sistemas de impresión que dominan la producción industrial dificultan el aprovechamiento de esa relación. La impresión digital “prometería” generar un cambio al respecto, de la mano del llamado “diseño a medida”.

Insisto en que la alianza (formal y conceptual) con el cuerpo portante es uno de los factores específicos y más interesantes del estampado y merece ser considerado desde el análisis y desde el diseño de este tipo de imágenes.

d > Estadísticamente, se encontró una hegemonía de estampas representativas y una primacía de procedimientos retóricos de orden icónico. Tal característica se relaciona directamente con la posibilidad de diferenciar la “capacidad comunicativa” de la estampa de la del resto de la indumentaria (tal como propusimos en el apartado 2.4.2).

e > Otro hallazgo importante fue la identificación de particularidades retóricas propias del estampado (que no serían restrictivas de este tipo de imágenes, pero sí muy notables en ellas).

Puedo, a modo de ejemplificación, mencionar las siguientes:

Por un lado, la doble lectura que propicia muchas veces la estampa textil continua: en primer lugar, a cierta distancia, la percepción de la imagen como textura (netamente plástica) y, en segundo lugar, desde una mayor cercanía, la individualización de los elementos componentes del conjunto (icónicos o plásticos).

Por otro lado, la posibilidad de pensar en un tipo de desviación retórica propia de la imagen continua, que nosotros denominamos “desviación por *rapport*” (Caudana, 2010:99-100). La misma presupone como grado cero a la imagen única, mucho más presente (o considerada) en nuestra cultura visual.

Por último, encontré que el grado concebido de los procedimientos retóricos se situaba muchas veces por fuera del enunciado visual, pero no en un código general de la imagen sino en un código del contexto de la indumentaria o del estampado (lo que el Grupo μ denomina un grado cero local pragmático o contextual). Además, pude sistematizar dos “lugares” en los que recurrente-

mente se situaba ese grado cero particular: en la idea de “motivo textil” y en las particularidades del “soporte textil”.

Insisto en el hecho de que estos resultados no se relacionan directamente con la problemática de la estampa política sino con una caracterización más general del estampado como hecho visual, es decir, como específica manifestación de la imagen. La caracterización de las particularidades de la estampa política será atribución de la etapa de investigación que llevaré cabo a partir de ahora.

3. PROSPECTIVA

El trabajo realizado hasta el momento me ha permitido sentar las bases conceptuales y metodológicas sobre las que desarrollaré las acciones investigativas previstas para la próxima etapa.

Esencialmente, terminaré de conformar el corpus analítico mediante el relevamiento fotográfico. Esta tarea se encuentra en desarrollo desde el mes de septiembre de 2010. Por el momento, la búsqueda de casos se ha restringido a las unidades académicas situadas en la ciudad universitaria de la UNL, pero, posteriormente, se extenderá al resto de las facultades e institutos de la Universidad localizados en la ciudad de Santa Fe.

Cuando se haya conformado un corpus cualitativa y cuantitativamente pertinente, se confeccionará la ficha de análisis correspondiente a cada uno de los casos seleccionados, tal como se ilustró en el ejemplo antes expuesto (ver 2.3).

El cierre de esta etapa estará dado por la sistematización e interpretación de los datos que arrojen las fichas, a la luz del marco conceptual propuesto. Esas conclusiones serán las que determinen el rumbo futuro de la investigación.

4. BIBLIOGRAFÍA

- Bou, L. (2008)** *Street T. Camisetas*. Barcelona: Instituto Monsa de ediciones.
- Baudrillard, J. (1983)** "Kool Killer: Los graffitis de Nueva York". En Gándara, 2004, p. 44.
- Bowles, M. (2009)** *Diseño y estampación textil digital*. Barcelona: Blume.
- Castilho, K. y Martins, M. (2005)** *Discursos da moda. Semiótica, design e corpo*. San Pablo: Editora Anhembi Morumbi (2008).
- Caudana, C. (2010)** "La imagen vestida. El estampado textil vestimentario como hecho visual de interés disciplinar". Tesina de Licenciatura en Diseño de la Comunicación Visual. Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad Nacional del Litoral. Inédito.
- Churba, M. (2007)** "La ropa es la piel social". En *Diario Clarín, suplemento Mujer*, 22 de mayo de 2007. Disponible on-line en <http://www.clarin.com/suplementos/mujer/2007/05/22/m-01423282.htm>
- Davis, F. (1992)** *Fashion, Culture and Identity*. En Entwistle, 2002.
- Dondis, D. (1973)** *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Barcelona: G. Gilli (2000).
- Eco, U. y otros (1976)** *Psicología del vestir*. En Saltzman, 2007, p. 117.
- Eco, U. (1987)** *Sémiotique et Philosophie du langage*. En Grupo μ , 1993, pp. 235-236.
- Entwistle, J. (2000)** *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*. Buenos Aires: Paidós (2002).
- Fernández, A. (2009)** *Diseño de estampados. De la ideal al print final*. Barcelona: Parramón.
- Flórez, S. (2006)** "Un nuevo espíritu ornamental". En *d(x)i Magazine*, junio 2006, n° 22. Valencia, España.
- Gándara, L. (2002)** *Graffiti*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires (2004).
- Glaser, M. e Ilic, M. (2006)** *Diseño de protesta*. Barcelona: G. Gilli (2009).
- Gubern, R. (1996)** "Capítulo VI: Constitución de la iconosfera". En *Del bisonte a la realidad virtual*. Barcelona: Anagrama.
- Groupe μ (1992)** *Tratado del signo visual. Para una retórica de la imagen*. Madrid: Cátedra (1993).

- Ledesma, M. (1997)** "Diseño Gráfico, ¿un orden necesario?" En Arfuch, L.; Chaves, N.; Ledesma, M. (1997): *Diseño y comunicación. Teoría y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós (1999).
- Massana, I. (1996)** *Sinopsis del teñido y estampado textil*. Tomo I. Asociación Argentina de Químicos y Coloristas Textiles.
- Meller, S. y Elffer, J. (1991)** *Textile Designs: Two Hundred Years of European and American Patterns Organized by Motif, Style, Color, Layout, and Period*. Nueva York: Paperback (2002).
- Muglia, A. (2005)** *Atención: recto y sinuoso. Influencias e historias en diseño contemporáneo*. Buenos Aires: Crann Editores.
- Nirino, G. (2007)** "Procesos de tintorería y estampación". Unidad VII, Cátedra Diseño Textil I, Carrera de Diseño de Indumentaria y Textil, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, Universidad Nacional de Buenos Aires.
- Quinn, B. (2009)** *Textile Designers at the Cutting Edge*. Londres: Laurence King Publishing.
- Pericot, J. (2007)** "Jugadas inéditas del juego de la imagen. Reflexiones en torno a los juegos del lenguaje de Ludwig Wittgenstein". En Calvera, A. (Comp.) (2007) *De lo bello de las cosas. Materiales para una estética del diseño*. Barcelona: G. Gilli.
- Saltzman, A. (2004)** *El cuerpo diseñado. Sobre la forma en el proyecto de la vestimenta*. Buenos Aires: Paidós (2007).
- Sexe, N. (2001)** *Diseño.com*. Buenos Aires: Paidós.
- Sexe, N. (2007)** *Casos de comunicación y cosas de diseño*. Buenos Aires: Paidós.
- Simmel, G. (1904)** "Fashion". En Entwistle (2002).
- Wong, W. (1979)** *Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional*. Barcelona: Gustavo Gilli (1982).

CAUDANA, MARÍA CANDELA

"Vestir la protesta. Modalidades narrativas del decir/disentir en las estampas textiles vestimentarias", en: **DE SIGNOS Y SENTIDOS / 12**. Santa Fe, Argentina: ediciones UNL. Año 2011, pp. 17-39.