**CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL CUERPO VESTIDO**

Luisa Fernanda Hernández Gallego[[1]](#footnote-1)

Diseñadora de Vestuario

[luipks@hotmail.com](mailto:luipks@hotmail.com)

La construcción social del cuerpo vestido es dado por condiciones del contexto, Julio Salazar en su texto *Moda, identidad y cambio social* muestra como La moda habla de la sociedad[[2]](#footnote-2)(1). El cuerpo va al unísono con el vestuario, y este se vuelve un significante; paulatinamente se encuentran diferencias que genera la ampliación de las brechas sociales a partir del contexto en la cultura, producido por la influencia económica y el poder adquisitivo, estos elementos son elementales para que haya una interacción social del cuerpo, y la validación, es por medio del vestuario, todo esto se toma a partir de los imaginarios vestimentarios, y la construcción identitaria a través del cuerpo como significante en la interacción de los sujetos en la sociedad.

En este texto se entenderá la construcción social del cuerpo vestido por medio de los imaginarios culturales e identitarios, del artefacto vestimentario erigido sobre la corporalidad, que está supeditada a los cánones y estereotipos de una sociedad o cultura de consumo, así los cuerpos que atienden a las dinámicas de la industria de la moda, al igual que los cuerpos que van desde construcciones divergentes, se vuelven, esencialmente la temática del presente texto, teniendo en cuenta dos caras del vestuario que responden a las dinámicas de consumo de sistemas de signos.

Elementos como los estereotipos y las construcciones sociales alternativas que involucran dinámicas de comunidades de práctica, se convierten en uno de los componentes a analizar.

**Palabras clave:** Identidad, Vestuario, cuerpo, imaginarios, construcción social, moda,

**Texto**

*“La corporalidad sería un terreno que gesta prácticas que tienen la finalidad de crear una relación entre la construcción de una identidad individual y una identidad colectiva”* (Cano 2011)

Jean Baudrillard evidencia El consumo como sistema dominante de objetos[[3]](#footnote-3)(2), así, los cuerpos están en constante consumo de signos y símbolos, basándose en un sistema de signos y códigos para significar en el contexto, de esta manera, los cuerpos al interactuar, lo hacen desde el consumo de estos, evidenciado en el vestuario y validado por la otredad, pero esto conlleva a pensar en elementos claves como la política y la economía, que constantemente influencian el consumo y la adquisición de todo tipo de productos, tangibles e intangibles, para ser evidente mediante el cuerpo y la portabilidad de signos, por ende la significación de la construcción vestimentaria del cuerpo en la interacción social se vuelve desde el punto de vista mercantilista en una serie de adquisiciones de signos y valores, para situarse de una u otra manera en el contexto, desde la acción compra-venta, adquisición-ostentación; por esta razón en el mundo industrializado de hoy se conciben una serie de segmentaciones y fragmentaciones sociales que se erigen en la corporalidad camuflada de ropajes y aditamentos.

Estas construcciones no se dan por el simple hecho de cubrir el cuerpo, un cuerpo oculto de la mirada del otro, no significa ni simboliza, se queda en lo íntimo sin interacción; es ahí donde los cuerpos en sociedad requieren de las construcciones vestimentarias, pero, esto ha hecho de los seres humanos el foco de segmentación y sectorización de los cuerpos vestidos, Baudrillard enuncia, Es el valor signo el que permite más claramente comprender…[[4]](#footnote-4)(3), por ende los cuerpos al interactuar comienzan a distinguirse por la misma transformación de la corporalidad supeditada al vestuario, y estas formas, agrupan por sectores a las personas, y están en continua consonancia con los valores que las industrias ofrecen como signos, para portar a través del artefacto erigido sobre el cuerpo, Julio Salazar, además hace hincapié sobre las dinámicas de la industria que permean directamente los signos vestimentarios; La moda habla de la sociedad y su idiosincracia,[[5]](#footnote-5) (1), estas dinámicas que son ligeramente percibidas a partir de la interacción con el otro, forjan elementos representativos en los que los cuerpos se esterotipan a partir de modelos impuestos para cambiar significativamente las formas, y, los sujetos se atienen a estas imposiciones como identificación de los valores-signos.

La construcción social del cuerpo vestido es dada por condiciones del contexto; el cuerpo va al unísono con el vestuario, y este se vuelve un significante; paulatinamente se encuentran diferencias que genera la ampliación de las brechas sociales a partir del contexto en la cultura, producido por la influencia económica y el poder adquisitivo, estos elementos son fundamentales desde la influencia mediática para que haya una interacción social del cuerpo, y la validación, es por medio del vestuario, en la otredad, todo esto se toma a partir de los imaginarios vestimentarios, y la construcción identitaria a través del cuerpo como significante en la interacción de los sujetos en la sociedad.

Asi Lucía Elena Acosta Ugalde, en su texto, *La estética de la frivolidad. moda y representaciones contemporáneas* relata, La dimensión estética de la moda se incorpora de un modo particular[[6]](#footnote-6) (4), esta magia de la que nos habla la autora, refleja la búsqueda de la semejanza, através de agrupaciones identitarias con el otro, además resalta que, Los objetos tienen un marcado valor simbólico.[[7]](#footnote-7) (5), en esta constante validación, es que, el ser humano permite develar una serie de condiciones en términos de la personalidad y posterior identidad, que son significantes mediante el cuerpo vestido; el estereotipo por su cuenta marca diferencias corporales que son exhibidas por el vestuario, es así como nacen las comunidades de práctica[[8]](#footnote-8), aquellos grupos que muchos leen desde lo marginal, se contrapone al concepto del estereotipo que se lee en la sociedad industrializada convencional, pero a su vez generan otros significantes validándose desde la semiotica en la interacción con el otro, aportando a la construcción social de cuerpos estereotipados desde nuevas percepciones, con la influencia directa de la política, la economía y los factores sociales, que en este caso se vuelven determinantes para que los cuerpos vestidos puedan ser portadores de nuevos signos, desde las dinámicas vestimentarias por un lado, y fashionistas consumidoras (os) devoradoras (os) de valores significantes de una sociedad convencional.

Según Enrique Gastón en su artículo *Cuestiones sociológicas sobre la indumentaria humana,* refleja uno de los elementos primarios del vestir aparte de su funcion,[[9]](#footnote-9)(6), esto, permite entender el vestuario en su concepción más primaria desde la semiótica; pero hoy en día, esos rasgos diferenciadores se dan de forma importante por el consumo de signos y significantes, en la misma celeridad vertiginosa de la industria de la moda, pasando de la adquisición por adquisición, de valores, al consumo conciente de estos; en este caso el consumo en el contexto cultural predominante y por otro lado en las comunidades de práctica divergentes, las cuales consumen con razón, simbolizando, significando y evidenciando las prácticas sociales que se llevan a cabo en el entorno, en otras realidades, por medio de la visibilidad y portabilidad del consumo de signos.

La construcción social del cuerpo se da desde diferentes ámbitos, el primero es desde la industria de la moda, quienes imponen parámetros a los cuerpos desde el siglo XX, para interactuar en el entorno, desde el ser social vestido, a través de los elementos que transforman el cuerpo, como se evidenció en el siglo XVI y XVII, el corsé como elemento de compresión y deformación de los cuerpos respondía a dinámicas de una industria no consolidada, pero que evidentemente una prenda en la interacción con un grupo hacía que las dinámicas sociales cambiaran, mutaran para adherisrse a las imposiciones del vestuario, igualmente la corporalidad que significaba. Hoy en día los estereotipos de la industria de la moda atienden a esta dinámicas,pero, por otro lado, las comunidades de práctica fuera de la industria fashionista igualmente responden a dinámicas del vestuario como elemento significante de ideologías, movimientos, tendencias contraculturales emergentes, relatando simbólicamente las problemáticas y los pensamientos, rompiendo con el paradigma de los cuerpos estererotipados que interactúan socialmente. Pero así estos grupos se desliguen del paradigma, siguen respondiendo a cadenas de producción, de valor y de consumo, para erigir sobre el cuerpo una carga simbólica y un sistema de códigos y signos, que además responden al actuar identitario de una población, según Carlos Mario Cano en su texto *El conflicto político en los jóvenes como un fenómeno estético contemporáneo del vestuario*, enuncia, Las configuraciones estéticas no pragmáticas ni artísticas, que los jóvenes le dan a sus cuerpos adornados con signos…[[10]](#footnote-10)(7) Además Sandra Henao en su texto *La indumentaria como identificador social*, enuncia que el vestuario, al transformarse en un signo que marca diferencias sociales,[[11]](#footnote-11)(8). Significar el cuerpo es relevante desde la interacción de los cuerpos en determinados entornos o esferas, siguiendo o rompiendo con el paradigma, de una u otra manera el cuerpo vestido en la interacción con el otro estará supeditado a la significación, así el cuerpo vestido que cumple o no con el paradigma estereotipado de la sociedad en la que se encuentra, significa en su relación con el otro y la vía de significación primaria es el vestuario, el adorno, la transformación corporal, la pintura (desde todo tipo de concepciones), siendo el punto clave de la semiótica, mediante el consumo de signos, transformados y aplicados a los contextos contemporáneos.

La relación cuerpo-vestido es entendida desde el momento en el que el cuerpo se dispone (desde la forma y la postura) a significar, por esto, los cuerpos se encuentran en completa necesidad de validación, al no recibirla en la otredad disponen su corporalidad a la transformación para significar y de ahí ser validados (aceptados) desde la identidad en los grupos sociales a los que pertenecen esos cuerpos, por consiguiente, los cuerpos se modifican en el intento de validación, así Sandra Henao en su texto enuncia, Pese a esos estereotipos, cánones o normas hay quienes buscan ir en contra de éstas,[[12]](#footnote-12)(9), a lo que añade Baudrillard. Intercambiar signos sociales..[[13]](#footnote-13)(10), es así como los signos en diferentes contextos y referidos a los cánones o estreotipos interactúan, se validan y permiten desde la transformación corporal generar identidades colectivas, en esa búsqueda de la aceptación individual.

La interacción social esta dada por la necesidad de agruparse, y entre esa veladura de los grupos y la identidad individual y colectiva, el vestuario y el sistema de la moda cobra fuerza para supeditar los cuerpos a normatividades y exigencias de la mutabilidad del entorno, de ahí que las tendencias hagan eco en el vestuario, y éste transforme los cuerpos para ir en consonancia con éstas; es así como agruparse y definir una identidad colectiva delimita parámetros corporales y el papel que desempeñan los cuerpos en el contexto frente a otros. Según Julio Salazar. En Occidente, y cada vez mas fuera de este, el vestir, no es el único factor que influye en la vida cotidiana,[[14]](#footnote-14)(11). Es así como un sin número de condiciones dadas por los sujetos, el entorno, los rasgos distintivos de los cuerpos, las ideologías y las condiciones políticas y econónicas, delimitan la interacción social a unos entornos de afinidad, pero, al delimitar, agrupar y aglutinar los cuerpos, se generan estándares para que la interacción sea efectiva, cumplir con los rasgos distintivos de un colectivo desde la afinidad permite esa interacción, por un lado con los cuerpos estreotipados que se venden diariamente por los mass media y lo cuerpos pertenecientes a grupos y comunidades de práctica.

Julio Salazar enuncia que, Muchos individuos que dicen rechazar las modas,[[15]](#footnote-15)(12), a lo que añade Florencia Chahbenderian en su texto *Políticas de la apariencia y políticas corporales,* El vestuario constituye una externalidad[[16]](#footnote-16)(13), por consiguiente, el vestuario será el conglomerado (de la semiótica) de signos, códigos y significantes que permiten, ayudan y aportan a la construcción social como actores significantes del cuerpo vestido, que emiten constantemente mensajes y una serie significados que se emulan y ostentan, además, transforman los cuerpos, las identidades y los artefactos vestimentarios, para aportar plásticamente a la identidad individual, formando entre diferentes individuos una identidad colectiva que los represente desde lo filosófico, ideologico, político y económico, teniendo como reflejo de estas dinámicas el artefacto vestimentario; de ahí, el nacimiento y fortalecimiento de los cánones que la moda impone y que el vestuario promulga en algunas esferas. Rocío Guerrero Alarcón en su texto *Estereotipos de la moda*, enuncia que, En la sociedad Occidental entramos en un conflicto de identidad personal[[17]](#footnote-17)(14). Se entiende el estereotipo, constituido como medio para encontrar la identidad individual, pero que resulta en la semejanza al construir la identidad colectiva, pero es relevante en el momento en que el cánon y estereotipo formula las poses y posturas que deberá obedecer la corporalidad, para que éstos cuerpos porten construcciones vestimentarias y significantes del sujeto en el contexto, limitado y delimitado por el estereotipo, comprimiendo la identidad individual para complacer a la colectividad.

Dentro de las dinámicas de cuerpos significantes se llega al punto de entdender que los cuerpos vestidos, estereotipados o no, son los que al interactuar socialmente, permiten la validación simbólica del artefacto vestimentario; como se ha dicho anteriormente, es en la aceptación desde la otredad, en la postura, en el cumplimiento o no del estereotipo y en la colectividad, que el vestuario adquiere su valor significante, repondiendo a las dinámicas del entorno, a las tendencias, a la sociedad y al algutinamiento de cuerpos formados, transformados y deformados para transgredir las estéticas del momento, el consumo de signos parte desde esa construcción de imaginarios del vestido sobre el cuerpo, que simboliza; según Adolfo Vásquez Rocca, La moda, pues, no es sino un diseño utilitarista de la propia personalidad,[[18]](#footnote-18)(15).

Finalmente la construcción social del cuerpo vestido involucra un sin número de actores que influencian los cuerpos, los artefactos vestimentarios y la participación de las personas en el contexto, es así, como estos actores responden a las dinámicas del entorno y permiten que esa interacción social se de y se imponga, finalmente, Carlos Mario Cano, añade, Con los símbolos se les asignan cargas a los objetos,[[19]](#footnote-19)(16), según esto se puede afirmar que el intercambio de signos, desde cualquier punto de vista, es primordial para que esa interacción social sea efectiva, al igual que el sistema de signos implicito o explicito le da la carga simbólica al artefacto, y los cuerpos se dotan de todas esas herrameintas para significar, posicionarse o interactuar, así el cuerpo vestido interviene en las dinámicas sociales por medio de toda esa construcción simbolica, y el medio de validación desde lo vestimentario es el otro, por consiguiente en la primera etapa de aceptación, el discurso del individuo deberá obedecer al artefacto vestimentario que significa, a las conductas de los cuerpos vestidos en el entorno, a los elementos que influencian la significación, y que finalmente el vestuario adopta como herrameinta para posicionarse, validarse, agruparse e identificarse en la otredad.

## **Citas**

1. “La moda habla de la sociedad y su idiosincracia, evidencia como los elementos que son importantes en una cultura se mezclan y de qué manera su gente vive y se desenvuelve en un contexto histórico-social determinado” (Salazar 2011)
2. “El consumo como sistema dominante de objetos, signos y representaciones que absorbe y monopoliza todos los sentidos de lo social hasta reducirlos a un espejo” (Baudrillard 1974)
3. “Es el valor signo el que permite más claramente comprender la estructura sistémica que tiene el consumo por que permite la integración dentro del ámbito de la cultura” (Baudrillard 1974)
4. “La dimensión estética de la moda se incorpora de un modo particular. La magia de la apariencia permite encontrar un lugar en el mundo, en la dinámica continua de la sociedad globalizada” (Ugalde 2010)
5. “Los objetos tienen un marcado valor simbólico. El vestido pasa de ser un implemento que nos cubre del frío a un objeto que nos sirve para exteriorizar y representar lo que tenemos y, por ende, lo que somos” (Ugalde 2010)
6. “Los humanos, por muchas razones, entre las cuales sería fundamental la territorialidad, tendrían necesidad de diferenciarse colectivamente y de superar, compitiendo, las contradicciones con los diferentes grupos sociales. El vestuario tendría que ser distinto colectivamente” (Gastón 2011)
7. “Las configuraciones estéticas, no pragmáticas ni artísticas, que los jóvenes le dan a sus cuerpos adornados con signos que resultan conflictivos en la esfera pública tradicional, porque denotan una narrativa que al parecer no ocupa el horizonte de sentido de los participantes de dicha esfera.” (Cano 2011)
8. “el vestuario, al transformarse en un signo que marca diferencias sociales, económicas, de edad, de género, etc., la indumentaria se enmarca en el círculo de la apariencia; y a su vez, este círculo está inmerso en el fenómeno de la moda (que a su vez se manifiesta como signo), por lo cual parte de ciertos parámetros establecidos por la esfera hegemónica que domina este sector” (Henao Melchor 2007)
9. “Pese a esos estereotipos, cánones o normas hay quienes buscan ir en contra de éstas, y es aquí donde las llamadas culturas juveniles, tribus urbanas o contraculturas, manifiestan su desagrado creando formas propias con su indumentaria” (Henao Melchor 2007)
10. “Intercambiar signos sociales y culturales y los bienes/signo que teóricamente son el medio de intercambio que acaban convirtiendo en el fin último de la interacción social” (Baudrillard 1974)
11. “En Occidente, y cada vez mas fuera de este, el vestir, no es el único factor que influye en la vida cotidiana, el sexo, la clase social, los ingresos y la tradición son factores de la misma. Por esta razón podemos afirmar que detrás de cualquier moda o hablar de ella esta lo psicológico, lo sociológico, lo político y lo étnico que le da sustento” (Salazar 2011)
12. “Dentro de cada colectivo social encontramos modas propias. Muchos individuos que dicen rechazar las modas, solo están siguiendo la moda de un determinado ámbito” (Salazar 2011)
13. “El vestuario constituye una externalidad corporal significante y poderosa, en tanto se potencia como una frontera entre la piel y el sistema socio-cultural” (Chahbenderian 2013)
14. “En la sociedad Occidental entramos en un conflicto de identidad personal y colectiva a gran escala. Las personas deambulamos buscando en la sociedad, en el exterior de nosotros mismos, nuestra identidad” (Alarcón 2012)
15. “El éxito de la identidad prefabricada radica en que cada uno la diseña de acuerdo con lo que previsiblemente triunfa... La moda, pues, no es sino un diseño utilitarista de la propia personalidad, sin profundidad, una especie de ingenuidad publicitaria en la cual cada uno se convierte en empresario de su propia apariencia” (Rocca 2011)
16. “Con los símbolos se les asignan cargas a los objetos, es decir, les dan valor y sentido, lo que determina que el proceso de simbolización incluye todo proceso de intercambio, sea de significación, lingüística, económica, libidinales y legales. Los signos producen significaciones por cadenas sintagmáticas desde un modelo específico, como lo es un sistema de códigos; los símbolos, por otra parte, no funcionan por sintagmas, sino por asociaciones paradigmáticas” (Cano 2011)

# **Referencias**

Alarcón, Rocío Guerrero. «Estereotipos en la moda.» Granada: Universidad Alonso Cano de Granada, 24 de 9 de 2012. 3-67.

Baudrillard, Jean. La sociedad de consumo. Paris: Éditions Denoél, 1970, 1974.

Cano, Carlos Mario. «El conflicto político en los jóvenes como un fenómeno estético contemporáneo del vestuario.» KEPES, 2011: 187-202.

Chahbenderian, Florencia. «Políticas de la apariencia y políticas corporales.» Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad., 2013: 99-102.

Gastón, Enrique. «Cuestiones sociológicas sobre la indumentaria humana.» Emblemata, 2011: 155-164.

Henao Melchor, Sandra Milena. «La indumentaria como identificador social.» Revista Virtual Universidad Católica del Norte, 2007.

Rocca, Adolfo Vásquez. «Baudrillard. Cultura, simulacro y régimen de mortandad en el sistema de los objetos.» Cuaderno de materiales, 2011: 705-714.

Rodríguez, Felix. «MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CONTRACULTURA JUVENIL .» Clac Círculo, 2006: 5-30.

Salazar, Julio. «Moda, identidas y cambio social.» Venezuela, 2011.

Ugalde, Lucia Elena Acosta. «La estética de la frivolidad.» Razón y Palabra, 2010: 72.

1. Técnica en Diseño de Modas de la Academia Superior de Artes, Profesional en Diseño de Vestuario de la Universidad Pontificia Bolivariana, Maestrando de Mercadeo de la Universidad de Medellín, Técnico Operativo del Departamento de Diseño de la Facultad de Artes y Humanidades del Instituto Tecnológico Metropolitano [↑](#footnote-ref-1)
2. (Salazar 2011) [↑](#footnote-ref-2)
3. (Baudrillard 1974) [↑](#footnote-ref-3)
4. (Baudrillard 1974) [↑](#footnote-ref-4)
5. (Salazar 2011) [↑](#footnote-ref-5)
6. (Ugalde 2010) [↑](#footnote-ref-6)
7. (Ugalde 2010) [↑](#footnote-ref-7)
8. subculturas que más han sobresalido en su oposición a la sociedad convencional (Rodríguez 2006) [↑](#footnote-ref-8)
9. (Gastón 2011) [↑](#footnote-ref-9)
10. (Cano 2011) [↑](#footnote-ref-10)
11. (Henao Melchor 2007, 3) [↑](#footnote-ref-11)
12. (Henao Melchor 2007) [↑](#footnote-ref-12)
13. (Baudrillard 1974) [↑](#footnote-ref-13)
14. (Salazar 2011) [↑](#footnote-ref-14)
15. (Salazar 2011) [↑](#footnote-ref-15)
16. (Chahbenderian 2013) [↑](#footnote-ref-16)
17. (Alarcón 2012) [↑](#footnote-ref-17)
18. (Rocca 2011) [↑](#footnote-ref-18)
19. (Cano 2011) [↑](#footnote-ref-19)