

DI
VI
NE

MI
CASA
VESTIDA



RE
SIGNIFICACIÓN
DE LA MODA EN
EL CONSUMO
PERSONAL Y SOCIAL

CULT
URA
VISU
AL



12ª EDICIÓN
MAYO, 2025



**UNIVERSIDAD PEDAGOGICA
NACIONAL**

Educadora de educadores

**MI CASA VESTIDA: RESIGNIFICACIÓN DE LA MODA DESDE EL CONSUMO
PERSONAL Y SOCIAL**

JULIETH TATIANA VELA MATEUS

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL

Trabajo de Grado

Asesora

MARTHA CAROLINA SANCHEZ SAMANIEGO

**Linea de Investigación
CULTURAL VISUAL**

**Modalidad
INVESTIGACIÓN CREACIÓN**

FACULTAD DE BELLAS ARTES

LICENCIATURA EN ARTES VISUALES

**BOGOTÁ D.C.
MAYO, 2025**

Dedicado a

El milagro más lindo, mi mano
derecha en la vida y la creación de
Divineo, mi hermana.

INDICE

1. **INTRODUCCIÓN**
2. **CAPITULO I**
 - Origen del vestido
 - El inicio de la moda
 - Moda en América Latina
3. **CAPITULO II: Traigo mi Historia Puesta**
 - Vestimenta, identidad individual y social
 - ¿Tatiana tiene una bodega de ropa? No, pero tiene un armario que parece una.
 - Fast fashion y consumo responsable
4. **CAPÍTULO III:
El Cuerpo de un Vestido y el Vestido de un cuerpo: Un motivo para hablar del Género y la Cultura Popular**
 - El Cuerpo de un Vestido: Género
 - El Vestido de un cuerpo: Cultura Popular
5. **CAPITULO IV: Mi Casa Vestida**
 - Mi Casa Vestida: Objetos que salen, pero no olvidan
6. **EN CADA PRENDA UNA PREGUNTA:
Conclusiones**
7. **BIBLIOGRAFÍA**

Vestir el cuerpo parece algo mínimo si lo pensamos como una acción cotidiana: elegir qué ponerse, una camisa, un pantalón, un vestido, un par de zapatos, usar un abrigo por si hace frío, o por el contrario, una gorra para cubrirnos del sol. Es un hábito ligado a la necesidad de cubrirnos y protegernos del exterior, especialmente del clima, siendo esta la primera razón por la que se empieza a hablar de la ropa en la historia de la humanidad. No obstante, esta acción rutinaria de ponernos y quitarnos prendas cada día puede llegar a tener su propio encanto.

En mi caso, desde mi niñez me ha resultado interesante. De manera intuitiva, siempre sentí un placer especial durante esos minutos que destinaba para elegir qué ponerme y empezar a combinar prenda por prenda para lucir en mí.

Si hacemos un recorrido histórico y observamos los distintos modos de vestir, podríamos considerar que la ropa funciona como medio de expresión, denuncia, protesta, testimonio, arte o innovación. Vivimos en una era de hipervisualidad, donde las imágenes dominan el paisaje mediático. En este contexto, las formas de vestir se convierten en una herramienta para captar la atención, vender o generar algún tipo de impacto o sensación. A través de la vestimenta es posible registrar las realidades de cada sujeto y del entorno que lo rodea. Podemos identificar grupos culturales, movimientos sociales, protestas, tendencias, entre otros. Todo esto, al final del día, comunica algo hacia el exterior.

Mi percepción del vestir, de la ropa y de la moda en relación con el cuerpo ha cambiado a medida que descubro sus posibilidades como lenguaje. Según lo que he

observado también ha evolucionado el cómo las imágenes del cuerpo vestido generan narrativas visuales distintas según el lugar desde donde se enuncian: la publicidad, los medios, las redes sociales y otros dispositivos visuales que captan la atención, inducen al deseo o influyen en el consumo y la mentalidad de los sujetos.

La forma en la que he apropiado y comprendido estas posibilidades nace en el instante en que hago una revisión de mi pasado. En cada época de mi vida soy consciente de lo que he usado en mi cuerpo, y me doy cuenta de que en cada una hay una versión distinta de mí. Esto ya no solo responde al desarrollo natural como ser humano, sino también a la influencia de todo lo que me rodeaba: imágenes, música,

INTRODUCCIÓN

videos, películas, conversaciones, personajes... en general, todo lo audiovisual que estuvo presente e influyó en mis elecciones en cada uno de estos momentos. Adopté ciertas perchas¹ con las cuales me identifiqué y me mostré al mundo.

Pero ¿qué pasa cuando se empieza a sentir una desconexión entre lo que se usa y lo que uno es? Esta fue una sensación que apareció en un momento de mi vida en el que sentí un quiebre entre lo que vestía y lo que veía en quienes me rodeaban. No me reconocía en lo que usaba, no entendía las tendencias ni las modas del momento, y ya no sentía el mismo placer de antes al ves-

tirme. Tenía un conflicto interno con los discursos que empezaban a surgir en mi círculo social y en algunos espacios alternativos que frecuentaba. En ellos se pretendía que la moda se consumiera de forma diferente, alejándose de los modelos estandarizados y de las grandes marcas de producción masiva, lo que hoy llamamos fast fashion².

Esa fue la razón principal por la que decidí hacer un feedback a mi yo del pasado. En ese proceso descubrí que siempre hubo una preocupación por lo que llevo puesto, por cómo me ve el otro y lo que me genera lo que el otro usa. Porque, definitivamente, se crean diálogos visuales entre las personas que pueden generar afinidades o rechazos: ideológicos, estéticos, culturales, o simplemente por la forma de vestir. La ropa, en este sentido, es la primera presentación visual que el mundo tiene de uno mismo.

En medio de este feedback, hago una pausa para observar qué ha pasado desde que inicié un proyecto personal: una tienda virtual de ropa, con el objetivo de darle una segunda oportunidad a prendas que ya no usaba, pero que podrían ser útiles para alguien más. Este proyecto me llevó a sumergirme de manera directa en procesos de reproducción y creación de ropa en espacios alternativos del centro de Bogotá. En ellos empecé a notar fenómenos de apropiación de roles laborales, profesiones, hechos históricos y problemáticas sociales o culturales, encarnados en prendas, accesorios y objetos que se usan de forma particular.

Estos modos de vestir comenzaron a viralizarse, a replicar-

¹ Percha: El significado coloquial de la palabra en Colombia hace referencia a cuando una persona llama la atención y luce bien con las prendas de vestir que lleva ya sean ostentosas o elegantes.

² El fast fashion, en español entendido como moda rápida, hace referencia a un modelo de negocio en el que se emplea una técnica de producción de ropa en una gran cantidad y en el menor tiempo posible que ha traído consecuencias para el medio ambiente además de ser un modelo de mercado que maneja condiciones laborales injustas y de explotación.

se y a enunciarse de maneras atípicas. Uno de los primeros acercamientos a estos fenómenos fue a través de redes sociales, donde conocí el trabajo de Vale Chimba, diseñadora que transforma cobijas tradicionales —como la de “cuatro tigres”— en conjuntos llamativos. Esto me hizo pensar no solo en la transformación del objeto, sino en los recuerdos y vivencias que evoca en quienes vemos esa representación en la calle.

La transformación de este objeto cotidiano me llama la atención porque es una traslación literal de un elemento reconocido por gran parte de la población colombiana, que han atravesado generaciones de familias y que son recordadas o vistas sobre todo en la casa de nuestras abuelas, mamás, tías o las recordamos de infancia, pero que posteriormente deja de habitar la cama y pasa a habitar el cuerpo de una persona que la modela por la ciudad, esto me hace pensar ya no solo en la transformación de la cobija, sino en la cantidad de recuerdos y vivencias que recordaremos quienes vemos esta representación en las calles de Bogotá.



(Imagen 1 y 2)

Fotografías extraídas del video de la tiktoker, influencer y diseñadora de modas Vale Chimba, en las que se muestra el resultado de su intervención de la cobija, conocida como 4 tigres en la que se inspiró para la creación de ese conjunto de ropa.



(Imagen 3)

Cobija cuatro tigres que me heredó mi abuelo y su esposa para utilizarla en mi nuevo hogar, cuándo quise me independicé y me alejé geográficamente de ellos.



(Imagen 4)
Publicación extraída de la tienda de ropa de segunda mano Dreizen Fire, de la ciudad de Bogotá, de su perfil de Instagram.

ma la atención la rapidez y la popularidad que atraviesa cierto tipo de prendas para que las personas jóvenes de Bogotá principalmente, empezaran a usarlas y que la demanda por querer una prenda de Crem Helado, Vive100, Pintuco, Bonice, entre otras marcas, sea mayor, hasta qué punto adquieren un nuevo estatus estético que poco tiene que ver con su sentido original y se convierte en una realidad.

Desde una perspectiva simbólica, encuentro interesante las transiciones de algunas prendas, accesorios y objetos que tienen un significado tradicional, pasen a adoptar un nuevo significado y uso en la vida cotidiana, por ejemplo, un vestido de bautizo que está pensado solo para esa ocasión solemne, sea desempolvado, transformado o decorado con otros ornamentos y se traslade al cuerpo de una persona que no lo usa para dicha ceremonia sino lo utiliza como parte de su outfit en un día normal de su vida, poniendo de moda este estilo, además de generar cierta demanda que las marcas de ropa de segunda han sabido capitalizar, expandiendo esta tendencia.

(Imagen 5)
Creadora de contenido, influencer y estudiante de historia del arte quién en su cuenta de TikTok hace un video estilizando un pantalón del uniforme oficial de Crem Helado.



Otro ejemplo que me confrontó fue el auge del uniforme del vendedor ambulante de Crem Helado, que comenzó a circular en tiendas de ropa de segunda mano y en redes sociales como parte de un “outfit aesthetic”³ Este uniforme, diseñado originalmente como dotación de trabajo, fue apropiado por personas ajenas a esa labor y convertido en una prenda de moda.

Estas dinámicas, profundamente performativas, pueden analizarse desde la teoría de Judith Butler (1990), quien afirma que “la performatividad no es un acto único, sino una repetición y un ritual que consigue su efecto a través de su naturalización en el contexto de un cuerpo, entendido como una duración temporal sostenida culturalmente” (p. 17). Es decir, lo que se repite una y otra vez puede llegar a parecer natural, aunque en realidad son construcciones sociales. Desde esta perspectiva, me lla-

³ Outfit: traducido al español significa atuendo.

Aesthetic: traducido al español es estético y estas dos palabras se han vuelto muy populares hoy en día para definir a una persona que este a la moda o tenga un estilo que llame la atención y guste a los demás.



(Imagen 6)
Fotografías de mi archivo familiar, en las que aparecen mi mamá, dos de sus hermanos, en la celebración de su bautizo con sus respectivos atuendos para la ocasión



(Imagen 7, 8 y 9)

Publicaciones extraídas de la tienda de ropa de segunda mano Fresh Class de la ciudad de Bogotá, de su perfil de Instagram, en la cual se ve una forma alternativa para usar este tipo de vestidos que antes se utilizaban en eventos especiales.

No obstante, estas apropiaciones también pueden resultar controvertidas. ¿Dónde está el límite entre la inspiración y la apropiación? ¿Puede considerarse una forma de homenaje o, por el contrario, una falta de respeto, una banalización de otras experiencias? Todo depende del lugar desde el cual se enuncie la acción, del contexto y del gesto que la acompaña.

Situándolo al interés de esta investigación, el proyecto pretende comprender la posición y representación de ciertas personas y marcas frente a las experiencias, vivencias o problemáticas del contexto actual al que pertenecen, mediante la ropa y accesorios. Esta intención deviene por el valor y la utilidad de la indumentaria, la diversidad de estilos, su versatilidad para comunicar mediante signos y significados que reflejan todo aquello con lo que nos identificamos, nos reconocemos o nos sentimos pertenecientes ya sea a diferentes grupos sociales, culturas o formas de vida.

En este sentido la pregunta formulada para el desarrollo de esta investigación es: **¿Cuál es el papel de la moda como productora de imágenes y cómo estos influyen en la construcción de identidad individual y social?**

Al observar estas formas de cuidado de la imagen desde el vestir, surgen otras preguntas clave: ¿Por qué elegimos lo que usamos?, ¿Qué queremos comunicar?, ¿Qué sentimos con lo que llevamos puesto?, ¿Cuál es el significado de cada prenda en nuestro cuerpo?

Para resolver estas preguntas, empiezo a indagar desde qué momento se empieza a hablar del vestido, es decir, su origen, seguidamente me interesa profundizar en el cuerpo habitando la ropa, cómo se expresa, símbolos y significados que lleva consigo al estar vestido. A la vez, comprender la relación entre la vestimenta y la identidad individual y social, la búsqueda constante a la diferenciación, el cambio o la novedad y todo lo que ello implica, como desigualdades o igualdades en las diferenciaciones de género y en las clases sociales, la moda como medio de regulación, estructuración u organización en la sociedad y, finalmente, adentrarme en el diálogo entre la imagen, la moda su consumo y reproducción aterrizándolo en mi contexto.

CAPITULO I

- El origen del vestido

Si entramos a internet y buscamos el origen del vestido, encontramos resultados que afirman que este inicia por la necesidad del ser humano, por ejemplo: durante los cambios climáticos, este encuentra la forma de cubrir y proteger su cuerpo usando la piel de los animales que cazaba. Si bien esta es una razón lógica y complementaria acerca del origen del vestido, tiende a caer en lo superficial, desmeritando el fenómeno del vestido que tiene un papel relevante y complejo en la humanidad, si lo vemos desde una mirada antropológica, simbólica y psicológica. En ese sentido merece la pena traer las reflexiones del autor Nicola Squicciarino (1998), quien habla de la relación entre el cuerpo y el vestir, la cual define como una comunicación no verbal de la que hablaremos más adelante.

Según Squicciarino, si nos remontamos a las sociedades primitivas, la primera motivación del vestido surgió de la ornamentación: amuletos, anillos, aros en las orejas, anillas en el cuello, entre otros, se usaban como protección mágica contra los espíritus. Por tanto, las primeras manifestaciones del vestido no fueron estéticas, sino rituales. En esta misma línea, John Carl Flügel (1982) sostiene que “el origen del vestido está motivado por el deseo de reforzar la atracción sexual y atraer la atención sobre los genitales” (p. 111). En los pueblos primitivos, tatuajes, pinturas corporales y adornos tenían como punto de partida el área genital y se asociaban a rituales como el matrimonio o los ritos de paso. Para Squicciarino (1998), estos elementos fueron fundamentales en la concepción del vestido como símbolo de distinción. Incluso cuando miembros de una misma tribu compartían ciertos códigos visuales, los ornamentos diferenciaban rangos o estatus dentro de la comunidad.

Desde una mirada religiosa occidental, el origen del vestido se sitúa tras el pecado de Adán y Eva, quienes, al volverse conscientes de su desnudez, sintieron la necesidad de cubrirse cosiendo hojas de higuera, activando así su deseo sexual. En este punto, se introduce también la idea del razonamiento como diferencia entre los humanos y los animales.

A partir de estas diversas perspectivas, se evidencia que el vestido ha cumplido múltiples funciones: protectoras, rituales, estéticas, ornamentales, de poder o de distinción. Sin embargo, todas estas hipótesis coinciden en algo: el vestido ha sido un medio de organización o estratificación social. A través de ornamentos, tatuajes o textiles, el cuerpo se convierte en un espacio de significación que puede indicar valor, pertenencia o poder dentro de un territorio o comunidad.

Según Squicciarino, los modos de vestir han evolucionado con la historia, pero siguen reflejando dinámicas de poder. Esto se observa con claridad al analizar las tendencias actuales y cómo ciertos sectores sociales acceden a ellas, mientras otros aspiran a imitarlas para acercarse a ese estatus. Esta idea resulta clave cuando comienzo a analizar la forma en que se mueve la moda en el contexto al que pertenezco. Logro entrever relaciones de poder que se articulan a través de lo que vestimos, incluso desde la primera impresión. Se percibe diferente a alguien que va de traje a quien va con ropa desaliñada, por ejemplo. Esto me permite dar cuenta, que, en esas mismas clasificaciones o estratificaciones también existen igualdades, o sea que, en un mismo grupo poblacional, la ropa logra ser un símbolo de pertenencia y posiblemente un medio emancipador. Esta última reflexión me resulta importante, porque una de las intencionalidades de esta investigación es interpretar las diferentes manifestaciones que las personas tienen de sí mismas en relación con lo que viven, sienten, creen y quieren exponer a través de sus perchas.

-El inicio de la moda

(Imagen 10
y 11)

La imagen 10 corresponde al ejemplo de vestido que utilizaba la aristocracia y la imagen 11, al contrario, corresponde al vestido que utilizaban los trabajadores durante la revolución francesa, ambas extraídas de internet.



La noción de clasificación social empieza a tener más sentido cuando revisamos los inicios de la moda. Entre las veces en que se ha dicho que la moda ha muerto y ha resucitado, hay una característica primordial en ella, es siempre momentánea, se podría pensar que el origen de la moda surge de lo que está pasando en determinada época que hace que un estilo se vuelva tendencia y se considere moda. Sin embargo, tiene un inicio que ha sido estudiado desde la sociología, la psicología, antropología y el arte.

Continuando con la indagación que hace Nicola Squicciarino, pone en diálogo varios estudios teóricos que nos explican cómo y debido a qué se empieza a hablar de moda. Como concepto, la moda es un término que viene del latín *modus* y significa <<elección>> que se realiza a partir de los gustos, esta puede aparecer de manera transitoria, está presente y abarca campos desde lo artístico, literario e incluso las costumbres¹.

La autora indica que hasta el renacimiento se realizaron cambios de modos de vestir que no se consideraban moda, sino cambios de estilo que duraban mucho tiempo y estaban unidos a transformaciones en distintos sectores de la cultura, a diferencia de la moda que sí buscaba una novedad continua y estaba marcada por llevar un ritmo de espacios de tiempo acelerados. Por otra parte, menciona que en la antigüedad el cristianismo se oponía a lo que ellos designaban la “vanidad de las modas” porque eran una irreverencia y falta de respeto a la figura sagrada e inmutable de Dios. Squicciarino (1998).

Vecellio por su parte afirmaba: “No hubo época más favorable que el siglo XVI para la diferencia de clases, el desarrollo del lujo y de la moda con su infinita variedad en Italia, Francia, Alemania y el resto del mundo”, ya que fueron los príncipes quienes buscaban innovar en su vestir, convirtiéndose en referentes de la indumentaria profana. La corte, como parte de esta élite, legitimaba los cambios en la moda: decidía tanto el atuendo de la clase dominante como el de la clase subordinada, prohibiéndoles a quienes no pertenecían a su rango el

¹ Cfr Enciclopedia europea, VIII, Milán, Garzanti, 1978, pag. 670.

uso de vestimenta “princesca”. Sin embargo, hacia finales del siglo XVII, con las transformaciones socioeconómicas, la burguesía comenzó a consumir prendas antes exclusivas de la aristocracia. En ese mismo periodo aparecieron las primeras revistas de moda.

Siguiendo a Squicciarino (1998) en su análisis acerca de las clases superiores e inferiores, tenemos también a H. Spencer y G. Simmel quienes comparten que la moda es la imitación de un modelo dado visto como apoyo social, en el que todo lo singular conduce hacia un mismo camino, en el que se evidencia la diversidad, el cambio y la diferencia.

Durante la revolución francesa siglo XVI, existían formas específicas que demostraban estas uniones o diferencias dentro del ordenamiento social, por ejemplo, la aristocracia, quienes vestían con vestidos voluminosos y corsés, telas lujosas, de seda y terciopelo, mientras que el pueblo llano utilizaba ropa sencilla, con tela como el lino o lana que eran mucho más económicas, con colores y estructuras planas. La distinción entre organización social era evidente, al igual que los puntos de unión entre las mismas clases, por ejemplo, el rechazo de los trabajadores y revolucionarios al utilizar los pantalones cortos de la aristocracia y preferían usar los pantalones largos como símbolo

de igualdad.

Otro ejemplo que ilustra cómo la moda representa voces sociales lo encontramos en la Met Gala 2025, evento anual de recaudación del Museo Metropolitano de Arte de Nueva York². El tema de ese año, Tailoring Black Style, celebró la sastrería masculina a medida con énfasis en el Dandismo negro³. Esta estética, más allá de lo visual, encarna una afirmación de identidad, poder y resistencia por parte de las personas afrodescendientes, en un contexto históricamente marcado por la marginación. El Dandismo negro desafiaba la discriminación racial con trajes a medida, accesorios extravagantes y colores atrevidos, reafirmando la dignidad y el derecho a existir en sus propios términos.

Retomando a Spencer y Simmel, se sostiene que la moda tiene eficacia gracias al papel de la clase alta, y que los estratos bajos la reproducen como forma de aspiración. Esto permite que la moda cruce fronteras y altere el orden de estratificación social, aunque también genera un ciclo repetitivo: la clase baja imita la clase alta, pero cuando esa moda se vuelve

² Más acerca de todo lo relacionado con la Met Gala: <https://www.revistavanityfair.es/articulos/met-gala-2025-todo-lo-que-necesitas-saber#:~:text=La%20Met%20Gala%2C%20formalmente%20denominada,de%20Arte%20de%20Nueva%20York>

³ Acerca del Dandismo negro y la met gala: <https://www.vogue.mx/articulo/dandismo-negro-explicado-met-gala-2025>





(Imagen 12 y 13)

Imágenes históricas de cómo se veía el Dandismo negro extraídas de internet, comparadas con las propuestas que se vieron en la Met Gala 2025, extraídas de la página oficial de Vogue México y España.

masiva, la élite se desplaza hacia una nueva tendencia.

A diferencia del ejemplo anterior del Dandismo, donde hay una apropiación política de la moda, en la modernidad se observa cómo las marcas proponen modelos “refinados” a precios “accesibles”, promoviendo una estética de clase que termina en un consumo masivo y constante. En ese proceso, la moda deja de ser expresión de identidad para volverse una estrategia de mercado.

Squicciarino destaca además que, aunque la moda es más accesible a quienes tienen poder adquisitivo, también puede ser un camino para igualar condiciones, ya que no siempre responde a criterios prácticos o estéticos. Lo útil, lo absurdo o lo diferente pueden romper la división de clases. Esto permite que participen tanto quienes se distancian del sistema de la moda como quienes experimentan desde sus márgenes: ya sea a través de la moda consumista o lo que podríamos llamar moda responsable —formas de vestir atemporales, combinaciones poco convencionales o prácticas que buscan influir o subvertir lo establecido como moda, dentro de lo regido por la modernidad y la tradición.

Un ejemplo de ellos es la influencer de moda mexicana quién se hace llamar Una Celestilla, en donde muestra a través de su contenido, especialmente vídeos⁴ de como experimenta con diferentes prendas de

vestir, las cuales ella considera tienen potencial, sin importar de dónde vienen, si están a la moda o son consideradas estéticamente “lindas”, desafiando un poco el gusto del espectador, algunas veces cautivándolo y otras veces incomodándolo. (Ver Imagen 14)

Squicciarino establece una diferencia entre algunos autores como R. König y J. Flügel el primero encuentra que la esencia de la moda radica en un instinto sexual que pueden llegar a aparecer de forma indirecta o más disimulado que la competitividad de tipo social y el segundo dice que el origen de la moda es un instinto erótico y que al ser algo innato, siempre ha existido. En apoyo, el sociólogo A. Elster citado por Squicciarino, afirma que “la moda es la relación erótica entre hombre y mujer [...] Los continuos cambios en este ámbito representarían una refinada excusa para satisfacer la necesidad sexual de transformación que, bajo una forma de poligamia evidente, ha sido desde hace mucho tiempo inhibida por una educación demasiado represiva”. El hecho de que entalle algunas partes del cuerpo se convierte en señales sexuales de atracción y seducción. La moda, asegura König, es un medio de la naturaleza para la conservación de la especie y de acuerdo con Flügel, el sentido erótico se expresa en el vestido evidenciando el atractivo de una persona y la seguridad de esta.

Por otro lado, W. Hund (citado por Squicciarino) pro-

4 Videos completos del contenido de formas de vestir que La Celestilla tiene en su cuenta oficial de TikTok:

- <https://vt.tiktok.com/ZShm6tHaS/>
- <https://vt.tiktok.com/ZShmMepgY/>
- <https://vt.tiktok.com/ZShm6vnFG/>

- <https://vt.tiktok.com/ZShmMya5y/>

pone que el poder es inseparable de la moda, ya que esta refleja formas de dominio. Basado en estudios antropológicos y etnológicos, Hund explica que en las culturas primitivas existía una igualdad de derechos y la vestimenta no marcaba estatus. Pero con la llegada de la economía de producción se impuso la competencia. La división del trabajo, la apropiación del excedente y la desigualdad dieron origen a las clases sociales. En ese nuevo sistema, la vestimenta adquirió una función simbólica. Por ejemplo, la piel de oso, antes usada por motivos prácticos, se convirtió en un símbolo de poder y riqueza.

Finalmente, G. Lipovetsky (1990) señala que, en las civilizaciones primitivas, se respetaban los legados ancestrales y los modelos heredados. Esta repetición era un signo de fidelidad a la tradición. La moda, en cambio, surge en el siglo XVI con la aparición de prendas radicalmente nuevas y con diferenciación por género: largo y ajustado para la mujer, corto y estrecho para el hombre. Antes de esto, la ropa era similar para ambos sexos: túnicas en Egipto, peplos en Grecia, kimonos en Japón.

La delgada línea que separa al vestido de la moda es que la primera no sufre tantos cambios en cortos periodos de tiempo y viene de una concepción más natural gracias a la conservación y el respeto hacia el pasado, a diferencia de la moda que ha surgido debido a todas las configuraciones sociales y económicas del ser humano a través de la historia enunciándose y cambiando rápidamente, las dos son derivación de este desarrollo y están íntimamente relacionadas.

Después de todo este recorrido histórico entiendo que haya diferentes posiciones al hablar de la moda, teniendo en cuenta que es una palabra tan usada que resulta agobiante y hasta cliché el querer hablar de ella y más observando que desde una vista sociológica se le atribuye una culpa por su posición dentro del capitalismo, las relaciones de poder y un alejamiento de la tradición. Voy a situarme desde el interrogante de cómo sería entender la moda desde una perspectiva decolonial y con otras significaciones y conciencia de clase teniendo en cuenta que la moda es el registro de las novedades que pasan



(Imagen 14)
Capturas de pantalla de algunos de los titulares de los videos que La Cestilla tiene en su red social TikTok.

rápidamente por nuestras vidas a través de las tendencias globales.

Para ello, sugiero empezar por cuestionarse por la llegada de la moda a Latinoamérica, ¿Existe una moda latinoamericana? ¿Cuál es esa moda y qué factores, además, se han tenido en cuenta para empezar hablar de ella?

- Moda en Latinoamérica

Uno de los principales factores por los cuales se comienza a hablar de moda en Latinoamérica es el económico. En su tesis *Sociología de la Moda: Un estado del arte de América Latina del 2000 al 2020*, L. Amaya (2022) realiza un recorrido histórico por Brasil, Argentina, México y Colombia, mostrando cómo la moda ha atravesado esta parte del mundo, desde las comunidades originarias hasta las prácticas actuales, pasando por los procesos de colonización.

Además de analizar la mercantilización de productos y las dinámicas de compra y venta, estas investigaciones resaltan el enfoque creciente en temas como el género. Uno de los puntos clave en este debate es la emancipación de la mujer y el modo en que el cuerpo femenino, antes restringido al espacio doméstico, fue transformando sus formas de vestir en relación con el acceso al poder monetario, los derechos adquiridos y los nuevos roles en la sociedad. En contraste, para los hombres, la moda ha tenido menor carga simbólica y emocional, y quienes se interesan por ella muchas veces son blanco de juicios o estigmas. Si bien estas cuestiones de género se abordarán más profundamente en otro capítulo, es importante señalar que esta diferenciación no es exclusiva de Latinoamérica, sino que comienza en Occidente con transformaciones sociopolíticas.

D. Lucena (2016) citando a la investigadora Christine Bard, a través de su política de pantalón, como este ha sido el símbolo de definición de sexo genero más importante en los últimos siglos:

(...) con la Revolución [francesa] el pantalón también se asocia estrechamente a los valores republicanos y se convierte en el siglo XIX en uno de los elementos del nuevo régimen indumentario, que refleja el orden burgués y patriarcal que se establece. (Bard, 2012, p. 20)

La asignación de prendas específicas para hombres y mujeres reforzó desigualdades de género y mantuvo a la mujer en un rol de subordinación. Frente a esto, la moda ha sido tanto cómplice como aliada, permitiendo también manifestaciones de resistencia y reapropiación política.

Para rastrear los espacios donde comienza a consolidarse una noción de moda latinoamericana, L. Amaya (2022) destaca a teóricas como Gilda de Mello e Souza, pionera en el estudio de la moda en Brasil, particularmente en su obra *A emergência do campo da moda no Brasil (1800–1990)*. En ella, advertía sobre los cambios sociales que el significado de la moda traería para la vida cotidiana. Con el tiempo, surgieron las primeras costureras y en 1987 se creó el primer curso universitario de moda en ese país. El crecimiento económico, la creación de revistas especializadas, y la expansión del mercado de la moda hicieron que Brasil se posicionara como uno de los principales países en confección, exportación e importación de moda en la región (Amaya, 2022, p. 29).

Si bien en este primer apartado se explica un poco la necesidad de hablar de moda en un país de Latinoamérica, también afirma que la producción de esta no ha tenido una práctica diferente a la ya establecida e impuesta por occidente, ya que sigue manteniendo un discurso clasista que aumentaba por los deseos y aspiraciones influenciadas por este tipo de moda. Aunque ya es un paso de avance que surja un campo para hablar de la moda desde estudios legítimos, propongo detallar algunos acontecimientos que L. Amaya (2022) menciona en su investigación que llamaron mi atención junto con otros más que iré matizando acerca del papel de la moda en los países del sur.

Más allá de contar en una línea de tiempo como se dio la moda en Latinoamérica, quiero enfatizar en algunas manifestaciones que se han hecho a través de la moda en países como, Argentina, México y Colombia en determinados momentos de tensión histórica de cada uno de estos lugares.

Intervenir desde el vestido: sobre las acciones de “Las Inalámbricas” en los años ochenta, D. Lucena (2016), inicialmente hace una contextualización de cómo se formó el grupo, donde la periodista Ana Torreón, tiene un conflicto con la moda occidental impuesta en su país con la que ella no estaba de acuerdo o con las que no se sentía del todo identificada, como la moda hippie de los 60s o la moda disco a la cual se refería, como una moda que se caracterizaba por tener colores llamativos que no la representaban porque para ese entonces la tristeza tenía mayor presencia en su vida lo cual no le permitía verse dentro de este estilo, esto la llevó a buscar espacios donde pudiera hablar desde el vestido de una forma diferente, así es como empieza a frecuentar un anticuario y a trabajar en espacios de ropa de segunda, que le permitieron enfrentarse a las calles y situaciones que su trabajo como periodista la conllevaba a vivir, siendo muchas veces criticada por su forma de vestir para enfrentar ciertas noticias o estar en determinados lugares.

Consciente del poder comunicativo de la ropa y de las críticas que recibía por su forma de vestir, Torrejón se da en la búsqueda de un grupo de personas que al igual que ella buscara comunicar a través de la ropa, es entonces, cuando se crea el grupo “las inalámbricas” quienes se definían con la frase “Todas tenemos diploma de corte y confección” haciendo alusión al desmeritado reconocimiento que tiene esta profesión, ligado a labores domésticas, principalmente por mujeres. Ellas hacían distintos performances en espacios públicos¹, en los que cuestionaban estereotipos de género y roles sociales asignados.

Uno de sus actos más impactantes tuvo lugar en el bar El Taller del barrio de Palermo, donde también tocaron los grupos de rock Los Casanovas y Los Gallos Negros. Ahí Las Inalámbricas tenían dos licuadoras adquiridas en las compraventas de objetos, y enseñaban en vivo a hacer licuados de banana, pero ellas no hacían nada más allá de su mera presencia. Con un atuendo recargado y kitsch, compuesto por poleras negras y corpiños en punta, faldas de hule, cinturetes

¹ En el artículo escrito por Daniela Intervenir desde el vestido: sobre las acciones de “Las Inalámbricas” en los años ochenta, estas los distintos performances que Las Inalámbricas realizaron en Argentina durante este período de tiempo.

de hule, medias negras de danza, zapatos taco aguja, discos, cintas de hule con moño y tocados de los años cuarenta con frutas de plástico, se ubicaban detrás de las licuadoras, mientras el periodista Lalo Mir leía las instrucciones para realizar el licuado en español y en inglés [...] por un lado, las jóvenes ubicadas detrás de los electrodomésticos enseñando una receta de cocina componen una parodia burlesca de los programas televisivos protagonizados por mujeres (muchas veces cocineras) que se dirigen al público femenino con una intención didáctica de formar buenas amas de casa. Sin embargo, aquí las mujeres que enseñan no hacen nada, es decir, no cocinan, y el que lee la receta es un locutor que no aparece en escena y al cual sólo se le escucha la voz. Las mujeres caricaturizan el lugar social que en muchas ocasiones se le asigna a lo femenino: se convierten en un objeto más, un cuerpo-vestido que pasa a tener un papel decorativo (pero en este caso vulgar, de mal gusto) en esa escena aparentemente convencional donde el hombre tiene la palabra. Por otro lado, la intervención trabaja con el sinsentido de lo que tiene sentido: enseñar algo simple como hacer un licuado, con la intención de deconstruir lo que resulta familiar o conocido para volverlo distinto o cargado de nuevos sentidos. (p. 122).

Considero que este es uno de los efectos que genera la moda cuando se lee de maneras más conscientes y cuando se está del lado de donde se ha obligado a vivir (vestir) desde mundos totalmente ajenos al propio y que como puede verse desde estos actos, en este caso desde el arte, la moda a pesar de ser un mercado global y rentable llega a Latinoamérica generando ciertas disputas dentro de las dinámicas sociales y culturales ya existentes, que han logrado hacer que se mire desde otra cara el vestir, porque así como llega para generar un consumo también tiene una contra parte que invita a reinventar la moda, la que viene de fuera y la que hay dentro de casa, como lo refleja el recorrido que han tenido Las Inalámbricas a través de la ropa.

Por otro lado, en Colombia, quiero citar a manera general como se ha desarrollado la moda en este gremio y posteriormente profundizaré en la historia de la comunidad de Sibundoy, que clarifica la situación los diferentes territorios que fueron colonizados. En este orden traigo primeramente la investigación Estéticas en Plural. La moda popular en Bogotá de Edward Salazar (2016), quien hace un breve recuento, de cómo se ha comportado la moda en Colombia, empezando y teniendo en común la situación de Argentina y Brasil, encontramos una razón de desarrollo económico que nos une para hablar de la moda, el autor nos

cuenta que la industria cafetera y la de los textiles fueron fundamentales para este desarrollo en el país en el siglo XX, pero pierde su fuerza cuando de desampara el proteccionismo a la industria nacional, a nivel país y global, con ello, también decae la representación de identidad nacional y nuevos discursos sobre la moda empiezan regir en la apariencia de los ciudadanos. Conservando la idea de la importancia de la materialidad textil sobre la apariencia de las telas, Colombia no se consolida en el mercado de la moda como los demás países del sur anteriormente mencionados. Sin embargo, entre los años setenta, algunos diseñadores como Tobby Shetton (Diseñador colombiano) con una idea muy europea y estadounidense, intenta posicionar en la moda algunas ideas y atisbos de la identidad nacional. Avanzando en la historia, en los años noventa, toman fuerza marcas como Armi, Pronto, Arturo Calle, entre otras, quienes actualmente siguen siendo reconocidas y siendo la cara masiva de la moda en el país. (p.54) Esta breve historia se cuenta desde la perspectiva de la moda elite en Colombia que deja de lado la moda de la calle popular, los mercados populares como San Andresito, las bodegas mayoristas del centro de Bogotá y las posibles ramificaciones de la moda desde este panorama más coloquial.

Por otro lado, suscitaré el artículo G. Barrera, Campos de poder artesanales en la comunidad Kamsá de Sibundoy, Putumayo, Colombia. Del trueque a las tendencias de moda (2011), el cual acentúa como fue el cambio del trabajo textil, de los artesanos, entendidos como “creadores” quienes elaboraban sus obras para que otras personas conozcan sus historias, sus sentimientos y el gusto que sienten por su actividad artesanal (p.183), allí nos cuenta como en 1542, llegaron al valle de Sibundoy, dominicos, jesuitas, franciscanos, etc. Con la intención de civilizar a los “salvajes”, los despojaron de sus mejores tierras, creando espacios como las escuelas, para el adoctrinamiento de una sola religión y cultura. Los españoles encontraron en la actividad artesanal de este pueblo la posibilidad de “aprovechar bien el tiempo” de los indígenas para convertirlos en personas “útiles”. La evangelización que padecían estas personas, fue atravesada también por el vestir ya que se les exigía cubrir su cuerpo, surgiendo la creación de la indumentaria tradicional, los indígenas tuvieron que aprender sobre el trabajo de los textiles, para ello trajeron telares más modernos dejando de lado los ancestrales de América, las prendas tradicionales de los hombres Kámsa como las Cusmas y los Capiyasos y en las mujeres el uso de rebozos están hechos desde la influencia europea, el chumbe tejido es un gran ejemplo de apropiación técnica,

al utilizarse los telares traídos por la Iglesia. Así mismo en los colegios se les empezó a enseñar a los alumnos a hacer collares con chaquiras azules, blancos y amarillos, volviéndose un símbolo importante en los trajes tradicionales de hombres y mujeres (p. 184) Ver imagen 15

Del artículo se infiere que al principio fue una imposición pero que, a partir de estos procesos de apropiación de la comunidad de generación en generación, se creó una estética y forma de expresión propia que los hace reconocibles. La evangelización se vio también en otros procesos creativos como la cestería, talla en madera, tejido en tela y bisutería, cerámica e instrumentos musicales y la circulación de este ya no era solo para el autoconsumo sino se hacían intercambios solidarios y trueques entre la comunidad. El 2 de abril 1963 llega una agencia independiente de Estados Unidos y presentó como objetivo la ejecución de proyectos de desarrollo económico y social de Colombia. En la cooperativa, se concibieron los objetos artesanales como mercancías empezando a tener un valor económico, al crecer la demanda y producción, fue necesaria su participación en diversas ferias locales, regionales y nacionales.

Lo problemático aquí es que en ningún momento se tuvo en cuenta la autonomía de la comunidad y todo lo que se fue dando fue gracias a la imposición de personas de fuera, con objetivos de desarrollo que para la comunidad nunca fue una necesidad, lastimosamente y como se afirma en el artículo, esto hizo que hubieran cambios en los aspectos de creación ya que las creaciones solo correspondían a las necesidades del consumo de mercados internacionales, es decir que no solo basto con la adoctrinación a la comunidad sino que hay un cambio de sentido completamente ajeno a la tradición y la cultura material del artesano Kámsa, simplificando el significado de estos objetos, por cosas meramente decorativas como los individuales para mesa, las corbatas, cinturones, monederos, etc. Está apartado me recuerda también al pasaje Rivas en Bogotá el cual empezó queriendo imitar al mercado parisino, pero al no tener acogida por la elite bogotana, se convirtió en un pasaje con un estilo de mercado popular como el de Marruecos o Egipto y que hace parte ahora del patrimonio cultural de la ciudad², sin embargo al transitarlo es evidente la presencia del extranjero, siendo un punto de interés de visitar para ellos y las artesanías dispuestas allí cumplen el mismo objetivo decorativo que en el caso de los Kámsa.

2 Acerca del pasaje Rivas: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/desarrollo-economico/la-historia-del-centro-comercial-bogotano-que-existe-desde-1893>

Del artículo se infiere que al principio fue una imposición pero que, a partir de estos procesos de apropiación de la comunidad de generación en generación, se creó una estética y forma de expresión propia que los hace reconocibles. La evangelización se vio también en otros procesos creativos como la cestería, talla en madera, tejido en tela y bisutería, cerámica e instrumentos musicales y la circulación de este ya no era solo para el autoconsumo sino se hacían intercambios solidarios y trueques entre la comunidad. El 2 de abril 1963 llega una agencia independiente de Estados Unidos y presentó como ción de proyectos nómico y social de cooperativa, se con- tos artesanales como pezando a tener un al crecer la demanda necesaria su partici- ferias locales, regio-

Lo problemático ningún momento se autonomía de la co- lo que se fue dan- imposición de per- con objetivos de de- la comunidad nunca lastimosamente y el artículo, esto hizo bios en los aspectos las creaciones solo las necesidades del cados internaciona- no solo basto con la la comunidad sino bio de sentido com- a la tradición y la del artesano Kám- el significado de cosas meramente los individuales para cinturones, monede- do me recuerda tam- en Bogotá el cual imitar al mercado

tener acogida por la elite bogotana, se convirtió en un pasaje con un estilo de mercado popular como el de Marruecos o Egipto y que hace parte ahora del patrimonio cultural de la ciudad, sin embargo al transitarlo es evidente la presencia del extranjero, siendo un punto de interés de visitar para ellos y las artesanías dispuestas allí cumplen el mismo objetivo decorativo que en el caso de los Kámsa.



(Imagen 15)

Imagen extraída del artículo G. Barrera, Campos de poder artesanales en la comunidad Kamsá de Sibundoy, Putumayo, Colombia. Del trueque a las tendencias de moda (2011), en la que se presenta la posición de poder entre el indígena y los jesuitas además de mostrar la diferencia de forma de vestido de cada uno. (p.184)

objetivo la ejecu- de desarrollo eco- Colombia. En la cibieron los obje- mercancías em- valor económico, y producción, fue pación en diversas nales y nacionales.

aquí es que en tuvo en cuenta la munidad y todo do fue gracias a la sonas de fuera, sarrollo que para fue una necesidad, como se afirma en que hubieran cam- de creación ya que correspondían a consumo de mer- les, es decir que adoctrinacion a que hay un cam- pletamente ajeno cultura material sa, simplificando

estos objetos, por decorativas como mesa, las corbatas, ros, etc. Está aparta- bién al pasaje Rivas empezó queriendo parisino, pero al no



(Imagen 16)

Fotografías extraídas de la página de la Alcaldía de Bogotá donde hablan un poco de los 130 años de existencia del pasaje Rivas.

Tristemente hay una ruptura de identidad en la comunidad de los Kamsas al industrializar sus creaciones y este quiebre no ha sido reconstruido en tiempo más contemporáneos, la pérdida de memoria colectiva parece estar desdibujada y flotando con obstáculos por tecnicidades y modernizaciones que en principio no debieron estar marcadas en territorios como el nuestro. Como los Kamzas y otras comunidades indígenas son pocos los sectores que intentan mantener las raíces de lo que somos y nuestros propios significados como una forma de resiliencia, G. Barrera (2011) menciona:

[...] Como la de “encubrir” lo propio con lo ajeno, presentando ante los ojos de los otros lo que quieren ver e invisibilizando los propios sentidos y formas de expresión, y la del “secreto” en que los artesanos no divulgan abiertamente el sentido profundo de sus símbolos más originarios y sagrados, y lo guardan sólo para los miembros de la comunidad. (p.91)

Como si se tuviera que hablar entre susurros sobre lo que somos por miedo a un regaño, parece que cuando nos damos cuenta del daño que la subordinación y el abuso de poder que esos otros han causado en nosotros es tan grande, se ve difícil y lejano lo mucho que hay que reparar. Como los diversos pueblos indígenas, los Kamsá, Ingas, Kofanes, Quillasingas, se han alzado y han buscado posibilidades como La política Artesanal de Artesanías de Colombia correspondiente al periodo de tiempo ente 1985-1990, que denominó la artesanía, descrita en el texto por la autora como “Un esfuerzo para el desarrollo” con el objetivo de que el artesano tuviera un mejor nivel socio-económico, también para promover la artesanía como elemento representativo de la historia y cultura nacional, con la ayuda de investigadores con pautas que respetan el entorno natural y las poblaciones en su vinculación con el mundo económico a través de la comercialización de los objetos artesanales, las actividades de capacitación donde los mejores conocedores de la comunidad indígena se encargaban de buscar las herramientas materiales, mientras que otros contaban los relatos ancestrales y los demás se hacían cargo de la preparación de alimentos en espacios de fiesta, celebrando el conocimiento tradicional (p188). Estas estrategias buscaron restituir los símbolos, creencias y tradiciones de su trabajo y las artesanías que hacían desde el valor que le corresponde (no entendidas desde un término de mercado sino, la práctica como forma natural de vida por las cuales hacían sus creaciones), con la debida historia, autonomía y derecho dentro de toda su producción. A pesar de estas diligencias en pro de la comunidad, como reflexión da cuenta de que tras este proceso de adoctrinamiento la comunidad depende de un sistema económico y una organización que en un principio no tenía, pero de la que ahora necesita para sobrevivir.

Moda y prensa en Yucatán, México

Finalmente nos situamos en México, específicamente en Yucatán, la llegada de la moda también estuvo atravesada por factores económicos. C. Vanegas (2019), en su artículo *Escritos y secciones de moda en la prensa yucateca: El refinamiento del gusto y la sensibilidad estética de los seguidores de las modas extranjeras (1840–1920)*, muestra cómo el auge agroexportador en el siglo XIX —vinculado al comercio del azúcar, el ganado y la industria henequenera— transformó los estilos de vida y consumo en la región. Este contexto generó nuevos espacios de socialización y ocio, y con ellos surgieron símbolos de estatus ligados al vestir, influenciados por modelos europeos y estadounidenses.

La sociedad yucateca, herencia de la cultura maya y la colonización española, era profundamente estratificada. Las diferencias de clase se marcaban no solo en el trato, sino también en la indumentaria. Vanegas señala que si bien existía una fuerte referencia a las modas extranjeras, su adopción pasaba por un filtro local: el clima cálido, por ejemplo, hacía inviable el uso de terciopelos o telas pesadas, por lo que se preferían tejidos ligeros y transparentes. Así, el mismo vestido podía ser considerado elegante o vulgar según el contexto y la clase social de quien lo usara.

Esta visión elitista también se expresaba en los discursos mediáticos. Las publicaciones de moda estaban dirigidas principalmente a mujeres de clase alta, y eran redactadas —casi siempre por hombres— desde una mirada pedagógica y normativizante. Se enseñaba cómo debía vestirse una “dama decente” y se corregía aquello considerado inapropiado. La prensa funcionaba como un mecanismo de control estético y de clase, promoviendo la imitación de lo europeo como símbolo de progreso y civilización.

Periódicos como *Semanario de las Señoritas Mejicanas* (1840–1842), *Panorama de las Señoritas* o *El Presente* ofrecían consejos sobre moda y comportamiento femenino, a menudo firmados con seudónimos masculinos. No obstante, algunas mujeres, como Mercedes Urcelay, aprovecharon estos espacios para escribir desde el anonimato y subvertir, mediante ironía, el orden de género establecido, generando debate entre las “elegantes lectoras”.

La percepción de la moda como marcador de educación, clase y “buen gusto” refuerza la idea de que lo

local era menospreciado. El periódico *Zafiro*, por ejemplo, criticaba el uso de vestidos largos o zapatos cerrados como imposiciones de modas europeas y sugería que, en cambio, los pies debían mostrarse como un don de la naturaleza en contextos tropicales (Vanegas, 2019, p. 129).

Este tipo de observaciones invitan a pensar: ¿qué incomodidad sentimos frente a lo que nos es propio? ¿Por qué aceptamos sin cuestionar lo que viene de fuera? A lo largo de este capítulo se ha mostrado cómo, desde distintas latitudes de América Latina, la moda ha llegado como imposición, pero también como campo de disputa simbólica y posibilidad de reapropiación.

Luego de este recorrido a través del origen del vestido, la moda y su llegada a Latinoamérica, a partir del sentir que genera este capítulo, surge la necesidad de pensar en propuestas que partan del reconocimiento afectivo, simbólico y territorial de lo que somos. Es precisamente en este lugar donde nace *Mi Casa Vestida*: una propuesta creativa que busca traducir en el cuerpo a través del vestir los objetos, memorias y emociones que habitaron el hogar. Esta iniciativa no pretende replicar discursos estéticos dominantes, sino crear uno propio, íntimo y arraigado, en el que lo cotidiano toma valor como lenguaje visual y afectivo. Vestir la casa es vestir la historia, la infancia, el barrio, las personas y los objetos que nos han hecho ser quienes somos. Es un gesto de resistencia y de amor por lo heredado, por lo sentido y por lo compartido. Pero de ella hablaremos más ampliamente en el CAPÍTULO IV: *Mi Casa Vestida, Objetos que salen, pero no olvidan*.

CAPÍTULO II: Traigo Mi Historia Puesta

En este apartado me propuse hablar de la identidad individual haciendo una retrospectiva de mí misma por el paso del tiempo, para comprender como este concepto ha atravesado mi cuerpo, mi imagen y pensamiento, además de reflexionar acerca del significado de este término a nivel teórico, para ello, debemos volver al pasado, al año 2010 como el lugar más cercano del cual pude obtener estas imágenes.

A la edad de 13 años encuentro por primera vez de manera consciente, el inicio de lo que sería mi forma de vestir. Para esta época, el círculo social del que yo hacía parte venía influido por distintas tendencias que al final del día coincidían en los mismos lugares, con gente que compartía los mismos gustos, por ejemplo, en la música: el neo punk, el hardcore, el rock, en el deporte: el skateboard, el sentimiento emo, la moda hípster, entre otros.

Como parte de la construcción del sujeto al que venía formando, sin saberlo de manera consciente, la identidad era algo que yo pensaba que hacía parte del desarrollo individual de cada persona, como si cada decisión, pensamiento, acción, fuese única, autónoma o subjetiva, porque al final era yo quién decidía qué apropiar de lo que veía, a esta percepción que yo tenía Hall (2010) la define como Sujeto de la Ilustración:

“estaba basado en una concepción del sujeto humano como individuo totalmente centrado y unificado, dotado de las capacidades de razón, consciencia y acción, cuyo “centro” consistía en un núcleo interior que emergía por primera vez con el nacimiento del sujeto y se desplegaba junto a este, permaneciendo esencialmente igual –continuo o idéntico a sí mismo– a lo largo de la existencia del individuo.” (p. 375)

En esa época adolescente recuerdo que el sentir que tenía pensamientos, gustos y expresiones diferentes al de la mayoría de las personas que veía alrededor, hacía que se marcara una diferencia entre el otro y yo. Sin notar que realmente estaba sumergida ante el consumo de imágenes que el exterior me ofrecía y que no era algo que me atravesaba solo a mi sino a todos. Teniendo en cuenta que la visión del exterior que yo tenía era más cerrada en ese entonces, ya que las personas que me rodeaban pertenecían mayormente a mi colegio y casa, aclarando que mi familia siempre me permitió lo necesario, más allá de una mirada de curiosidad, nunca fui juzgada por como vestía, esto me ayudó a poder explorar y cambiar tantas veces mi estilo, de hecho, muchos de los recuerdos de mi vida los asocio a cada una de estas épocas en las que elegí ponerme algo distinto.

Uno de los principales medios de información que ha influenciado en el actuar y pensar de las generaciones recientes, que han crecido con él, ha sido el entorno visual digital, la facilidad de tener tantas imágenes por segundo de todo tipo de contenido, hace que uno se acerqué más a ciertas cosas según nuestro interés, esto no fue ajeno para mí. En el año 2011 – 2012, cuando estaba en tendencia la moda hípster¹ donde los moños, gafas, pañoletas, el bigote, las cámaras análogas, eran algo que representaba este estilo y que adapté gracias al auge que tenían las redes sociales. Para este entonces la red social en la que más se veía la influencia del estilo vintage era Tumblr, allí todos teníamos blogs donde subíamos o repostábamos imágenes, música, escritos, y formas de vida, de relaciones, que no teníamos pero que nos hacía ilusión ver, era una forma de representarnos dentro de la virtualidad. También estaba Instagram, esta aplicación fue la que más tuvo acogida, donde compartíamos fotos queriendo mostrar la mejor versión de nuestros estilos de vida, queriendo alcanzar los niveles de popularidad de estas plataformas y que hoy en día continuamos haciendo.

La primera vez que hice una especie de traslación de ropa de vestir usando prendas para ocasiones particulares en contextos totalmente distintos. Recurría al clóset de mi mamá, recolectando las prendas similares al estilo en cuestión, que yo no tenía y que me era difícil comprar,

¹ La revista El Nuevo Siglo, hace referencia a hípster como un anglicismo empleado para referirse a una subcultura que se caracteriza por tener gustos e intereses asociados a lo vintage, alternativo e independiente; un look y una interpretación de la moda absolutamente particular, además de una sensibilidad variada e inclinada a estilos de vida alternativos, que se arraiga en el rechazo a las corrientes culturales predominantes.

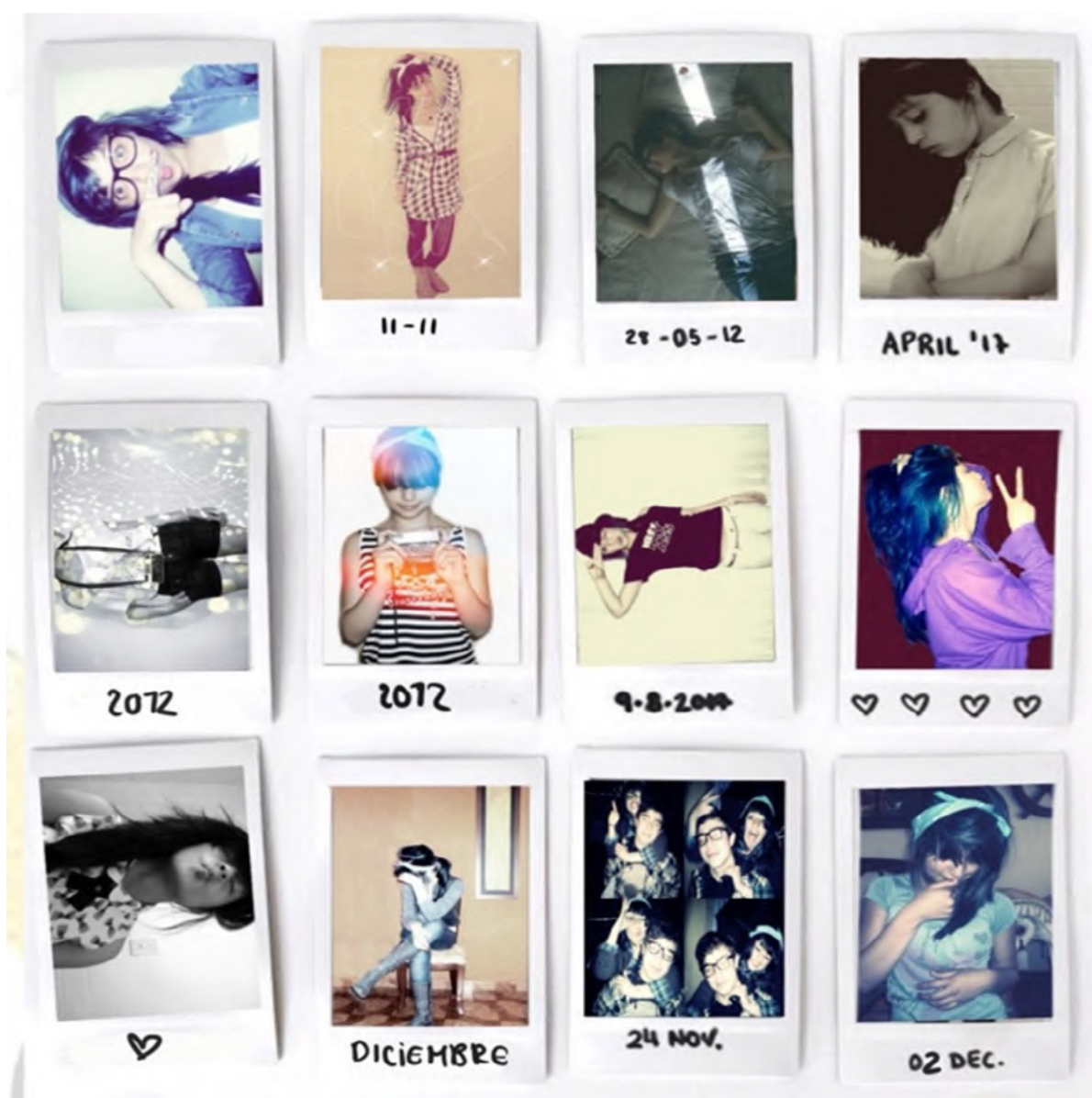
pero que podría encontrarlo en su armario, por ejemplo, sus tacones, que luego los llevaban a otros lugares no tan convencionales para este tipo de zapatos. Generalmente se cree que los tacones de mujer son estilizados con ropa formal, para trabajos de oficina, para eventos especiales, etc. Para estos años, la tendencia que adoptamos las adolescentes entre los 13 - 15 años aproximadamente, era que después de clases, nos íbamos en tacones a parchar² en un parque o fuera de un centro comercial a ver a otros chicos y chicas montar tabla, biker o bailar electrónica. Lo cómodo o fuera de lugar de como pudiese verse no interesaba, lo importante era hacer parte de la estética del momento.

De las principales características que tuvo esta época fue querer siempre verse como una persona culta, moderna, vintage, con gustos particulares de música como el indie, yendo más a lo alternativo y todo lo que fuese diferente a lo que ya estaba impuesto en ese momento, empezó siendo una contraposición a la moda, pero resultó convirtiéndose en una más. Hoy en día se habla poco de esta tendencia, sin embargo, se suele escuchar a modo meme³ mencionar el concepto hípster. Aunque seguí este tipo de vestir, para esta época aún no sabía la profundidad sobre como la ropa podía mover a todo un grupo de personas, yo solo hacía parte de los cambios, en esa búsqueda de identidad que siempre era diversa, según donde estuviera.

Pongo el espacio visual digital como uno de los más importantes en este momento de mi vida porque la interacción que tenía con el exterior era el colegio, mi casa y el internet, donde este último consumía gran parte de mi tiempo, sobre todo en entretenimiento, y a pesar de que la navegación en internet para este tiempo era más limitado, sano y genuino, la cantidad de datos y contenido para hallar es desmedida.

² La Palabra parchar o parche en Colombia, es una palabra coloquial para referirse a armar un grupo de personas para salir hacer algún plan o actividad.

³ Según la RAE, la palabra meme se refiere a una imagen, video o texto, distorsionado con fines caricaturescos, difundida en internet.



(Imagen 17)

Estas fotografías son tomadas de mi álbum personal, están inspiradas en las imágenes que circulaban en la red social Tumblr.

Siguiendo en el mundo virtual, entre el 2013 y 2015, me encontraba bajo los efectos de la música indie pop estadounidense femenino, con divas como Lana del Rey, Birdy, Lorde, Lady Gaga, Sky Ferreira, entre otras. Donde la forma más cerca de llegar a ellas eran los medios de comunicación digitales. Las imágenes que emitían estas artistas, era la estética que decidí usar en este entonces porque sentía -una vez más- que encontraba una parte de mí, lo adoptaba bajo una premisa que siempre le decía a mi mamá: “esto no es una etapa” luego de haber atravesado 3 cambios anteriores donde sentía lo mismo.

Para este episodio de mi vida, el encaje, los colores pasteles, el cabello largo, las faldas, las medias veladas largas los taches y lo traslúcido fueron lo que me definieron, ya no solo por la música, sino las películas que veía, como, por ejemplo, *The Virgin Suicides* (1999), *Girl, Interrupted* (1999), *Black Swan* (2010), *Moulin Rouge* (2001), entre otras. las personas con las que en ese momento me relacionaba, lo que veía en redes y la TV, asociaba todos estos elementos a la divinidad, lo sensual y lo delicado. Mucha de la ropa que utilizaba para esta época, nuevamente venía del armario de mi mamá o de mi abuela, prendas con un largo recorrido en la vida de cada una de ellas, que yo cogía no solo para usarlas sino para ponerles mi toque personal. A pesar de que la palabra customización¹, es un concepto que se usa hoy día en el sector de la ropa alterna para transformarla, para el 2010 de manera muy genuina, la mayoría de los accesorios los hacía con retazos de tela que encontrara en alguna parte, cocía los pantalones, ya que la tendencia era llevarlos muy ajustados, les ponía parches, los pintaba, iba en busca de ropa de mis primas que pudiese usar y a estas también les hacía algún tipo de adaptación para que quedara más a “mi estilo”.

Inconscientemente una empieza a “jugar” a vender una imagen influenciada por las imágenes massmedia² y la aceptación del otro termina convirtiéndose en una necesidad, así como la opinión y todo lo que esto causaba emocionalmente, el sentir que los demás quieren seguirte, o por otro lado un rechazo, puede generar un impacto en la autoestima y en la toma de decisiones. Dado lo anterior, comienzo a comprender que todo este intercambio de información constante es lo que nos mantiene enlazados, que, así como hay una búsqueda por el sentido de la existencia individual, esta está en comunicación con las otredades que también comparten un espacio que se ve envuelto por valores, tradiciones, imágenes, creencias, etc., que hace que tengamos cosas en común que nos unen.

¹ La universidad de Murcia, España, define como customización la personalización de algo realizando modificaciones que reflejen los gustos y preferencias de las personas.

² Massmedia es un anglicismo que significa comunicación de masas, estos son los canales utilizados para distribuir información a una amplia cantidad de personas.

Esta auto exploración, está siempre implícita en el ser humano desde que es consciente de sí mismo, al tiempo que reconoce su entorno que le permite comprender que es una persona, perteneciente a una familia, una comunidad, una cultura, que tiene un lenguaje para comunicarse. La construcción de identidad de cada persona se da por las percepciones que desarrolla de sí mismo según se relaciona con otros sujetos y se ve envuelto en diversas situaciones. Al respecto en Cuestiones de Identidad, Hall (2010) hace una diferenciación de tres formas de entender la identidad, una de ellas es la del sujeto sociológico en la que menciona que:

La noción del sujeto sociológico reflejaba la complejidad creciente del mundo moderno y la consciencia de que este núcleo interior del sujeto no era autónomo y autosuficiente, sino que se formaba con relación a los otros cercanos que transmitían al sujeto los valores, significados y símbolos de los mundos que habitaba [...] El sujeto aún tiene un núcleo interior o esencia que es el “verdadero yo”, pero éste se forma o modifica en un diálogo continuo con los mundos culturales “de fuera” y las identidades que estos ofrecen (P. 368).

El ser humano siempre está atravesando diferentes cambios, debido a que todos estos códigos socioculturales también lo están, los discursos y la forma en cómo se cree en algo se va transformando según la influencia de lo que hay en el exterior (otros individuos, imágenes, experiencias, contextos, etc.) posibilitando nuevos espacios de diálogo, donde el primer filtro de estas interacciones suele ser la apariencia, no como algo obligatorio para percibir, sino más bien como un acto inevitable ante la mirada, ya que todas las significaciones que recibimos y apropiamos en nuestro ser, de alguna manera terminan estando expuestas en como lucimos y lo que usamos, esto genera impresiones que van a ser leídas por los demás y provocarán esa cercanía o distancias con el otro.

Esta proximidad con los demás empezó a ser más notoria en mi vida entre los años 2016 al 2018, cuando ya tenía una relación más amplia con el exterior, ya había terminado una faceta de mi vida y comenzaba a vivir nuevas experiencias en otros lugares, fuera de mi casa y el colegio. Aunque tenía ciertas tendencias entre lo que me gustaba y lo que no, para este tiempo seguía buscándome en algún espacio donde mis intereses fuesen similares a los de alguien más. Así fue como conocí la escena hardcore de Bogotá. Aquí

ya inicio a hablar de una colectividad que trataba de vivir de manera alterna de cara a la política, a la violencia, las adicciones, la religión, etc. Me sentía más autónoma porque creía tener una mayor capacidad de elección frente a lo que percibía de fuera, en lo que estaba de acuerdo y en lo que no. Para este entonces mi consumo de ropa también cambió estéticamente, así como otras prácticas, por ejemplo: empezaba a ser socialmente más consciente, la manera de alimentarme era distinta, ya que para este entonces venía siendo vegetariana, incluso mis actividades de ocio cambiaron, empecé a asistir a conciertos de hardcore-punk y emo constantemente. La ropa que llevan este tipo de culturas urbanas era muy distintiva, predominaba el negro, las rayas, las parcas verdes militar, los cuadros, los tenis Vans, Converse, Dr. Martens, entre otros. Aquí fue la primera vez que escuché hablar del DIY “do it yourself” o hazlo tú mismo, que hace referencia a la autogestión y las cosas hechas con nuestras propias manos y en este tipo de espacios con nuestros propios recursos. Cuando se trabaja con personas desde la autogestión todo es más significativo, los eventos, las comidas y toda la producción que tienen detrás algunas actividades generaba un sentimiento de hermandad. Al respecto de la relación con la colectividad Squicciariano (1998) la explica como:

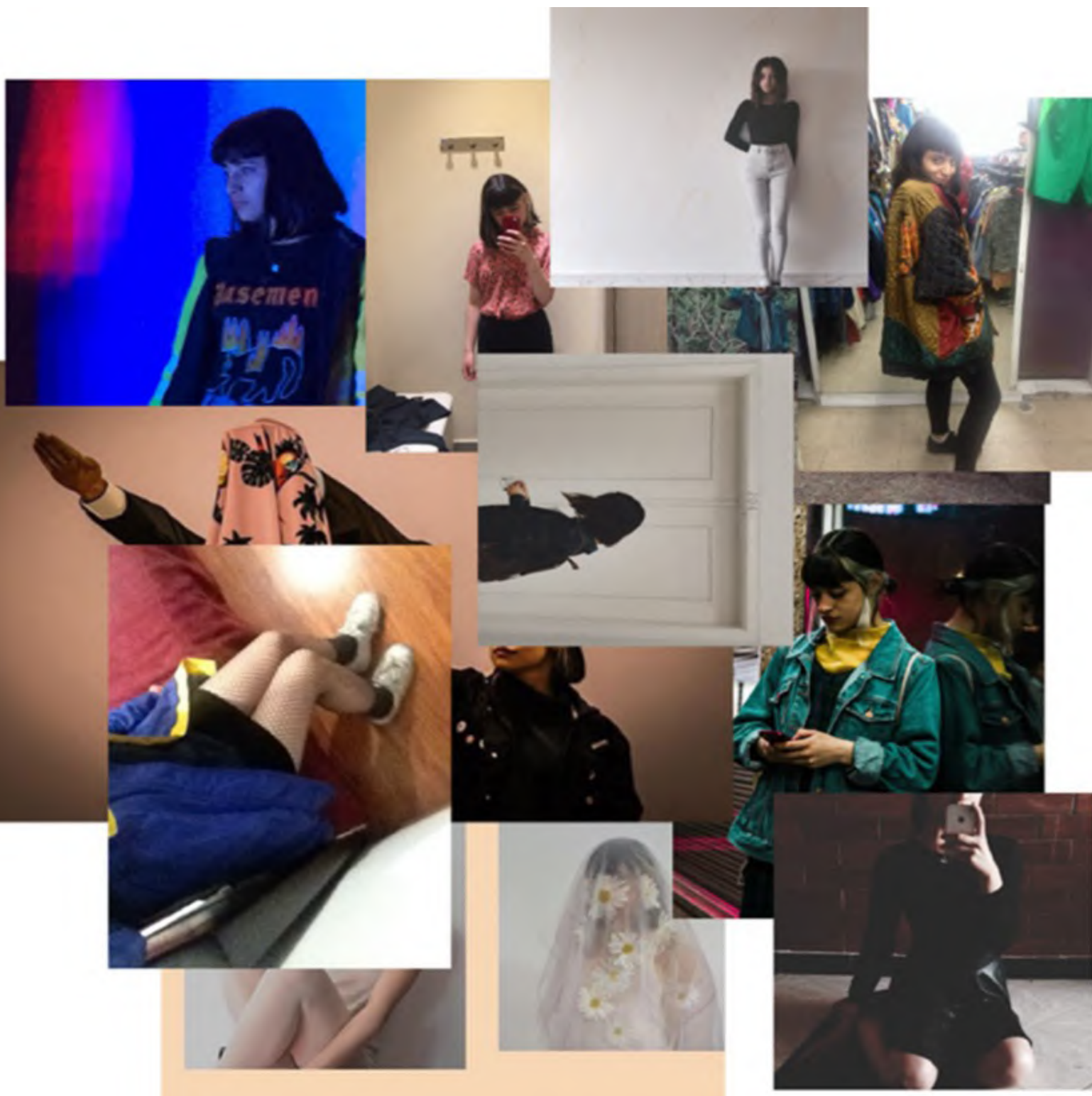
El hombre tiene una naturaleza preeminentemente social: su comportamiento, su personalidad, su manera de pensar y de sentir, sus necesidades (incluida también la de ataviarse), se explican en parte como una influencia de la existencia real e imaginaria de los otros individuos. Para el hombre, los demás sujetos son estímulos y ocasiones de respuesta, las cuales determinan en gran medida sus acciones y sus sentimientos.(p)

Al ser receptora de lo que estas otras identidades me ofrecían, dentro del ambiente en el que mi cuerpo se movía, el vestido era el reflejo de todo lo que interiorizaba. Una puesta en escena en la que mostraba la diferencia, el descontento o la unión de lo que yo creía en conjunto con las personas con las que compartíamos esos espacios, ideas similares y modos de pensar. A pesar de que era una minoría, comparados con otros grupos urbanos o formas de vida más comunes, era una colectividad con la que sentía conexión y que influyó en mi forma de concebir el amor, la injusticia, los conflictos, la política, etc. y la ropa era una dis-

tinción dentro de lo que se consideraba normal a los ojos de los demás.

Imagen (19)

Imágenes tomadas de mi álbum personal digital, de la época en la que hacía parte de la escena hardcore punk e indie de Bogotá y en mi vestuario predominaban los colores oscuros y estampados, para esta época tenía una concepción e idealización de la vida en relación con el amor, la familia, la política, la religión, etc.



Para el 2018, estudiaba en una universidad privada y trabajaba en una marca de ropa en el centro comercial Gran Estación, los modos de ser de la universidad y todo lo que ella abarca de cara a mi realidad y lo que conocía, me mostraba un contraste de formas de vida que no había visto a profundidad, al igual que en el trabajo,

la apariencia y la pretensión eran las principales características que podían describir estos escenarios. Aquí la ropa de marca empieza a tener más valor para mí, Nike, Adidas, Levis, New balance, Supreme, etc. en bolsos, zapatos, gorros, chaquetas, buzos, se convierte en algo que atrae mi mirada. Al tener ingresos monetarios, era mayor el consumo material y así comencé a usarlas en mi imagen exterior, sentía la necesidad de querer obtener más prendas, accesorios y toda la indumentaria para sentirme al par de quienes me rodeaban. La finalidad de esto, creo, radicaba en seguir un patrón de consumo para demostrar lo “cool” que eras, que es el objetivo de este tipo de marcas, más que vender una prenda, se crea un capital simbólico que la gente desee interiorizar. Esta es una de las principales relaciones de dominación por parte de la indumentaria que a simple vista me impresionó, por la facilidad con la que se mueve por el mundo y la manera tan directa en la que afecta a quien hace parte de ella. El centro que por mucho tiempo había sido el lugar donde mi mamá me compraba la ropa desde que era niña, dejó de ser el lugar que me vestía y empecé a habitar otros lugares de “gente rica y tiendas costosas” como lo llamaba a los 16 años, que en realidad no era eso, sino era entrar en el sistema fast fashion de las grandes marcas mayormente occidentales como, Bershka, Pull & bear, Forever 21, que se ubican en la zona norte de Bogotá.

En mi memoria tengo recuerdos del inicio del 2019, donde empezaba a tomarle fotos a mis pies en lugares donde, más allá de querer que se viera el spot¹ lindo, lo que debía sobresalir eran los zapatos, el saco, el bolso, para alardear la marca. Al respecto, en el artículo de Retana C. (2009) quien habla de la marca como un emporio global del colonialismo, citando a Klein N. Que se refiere a la marca como un acto agresivo en la contemporaneidad por la forma en que invade los cuerpos de los sujetos y como está espera ser omnipresente socialmente, a este acto lo expone como:

“¡Marcas sí, productos no!”: tal fue la dinámica del renacimiento del marketing liderado por una nueva clase de empresas que se consideraban como vendedoras de significado y no como fabricantes de artículos (...). El antiguo paradigma era que todo marketing consiste en la venta de productos. En el nuevo modelo, el producto siempre es secundario respecto al producto real, que es la marca, y la venta de la marca integra un nuevo componente que sólo se puede denominar espiritual” (p. 93)

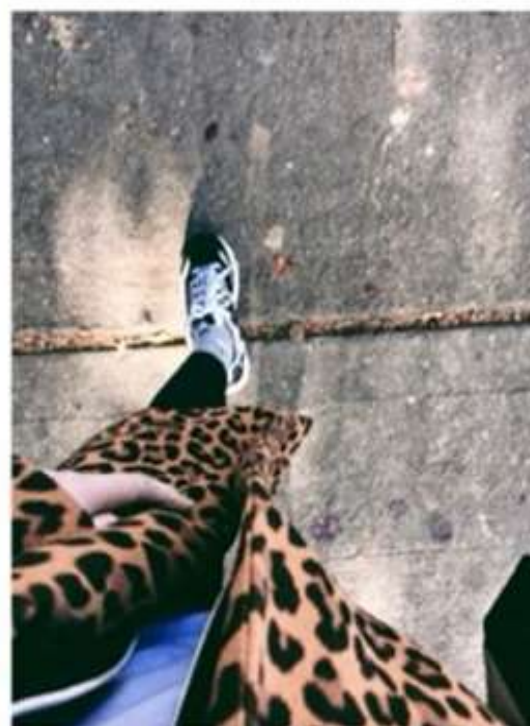
Como ya lo veníamos hablando al principio con Squircciarino la moda como fenómeno social psico-colectivo y estético, en el que existe la necesidad de innovar y cambiar, el deseo por aparentar, brillar, competir y vencer, crea la necesidad de la compra y la exigencia por el lujo, que si lo reviso con detenimiento, ahora mismo no pienso que sea el lugar, ni el tipo de ropa que se compra sino el styling² de las prendas, lo que hace que llame la atención y cobre vida un atuendo, sin embargo, de cómo se ha contado la historia desde occidente, la indumentaria ha existido bajo intereses capitalistas y de poder, que han persuadido la forma de comprender el concepto de identidad.

1 Spot de lugar hace referencia a una ubicación, en especial de entretenimiento.

2 Styling en moda es el arte de seleccionar y coordinar ropa y accesorios para crear conjuntos armoniosos y estéticamente atractivos.

(Imagen 20)

Imagen tomada de mi archivo fotográfico personal digital. La intención de cada fotografía era poner como punto focal la marca de la ropa, zapatos o accesorios con la finalidad de “mostrar” esa “capacidad de lujo” y privilegio.



En efecto para esta temporada de mi vida logré ver y distinguir esta práctica elitista que hay dentro de la moda, es gracioso, en el sentido absurdo, ver como a veces en espacios que parecen deconstruidos, por ejemplo, los establecimientos que hablan de la libre expresión y la diversidad, que en la entrada te lean de pies a cabeza para decirte si eres apto o no de estar en el lugar compartiendo con las demás personas, por una cuestión totalmente estética. ¿En qué momento esta diferencia es aliada o juega en contra de lo que representamos para los otros? pensar que se puede valer más o menos por lo que se puede usar, desmerita las probabilidades de tomar la moda y el vestido como una verdadera expresión de algo significativo, como lo sería quizá el encuentro social en pro de una causa donde puedes ir como quieras pero muchas veces guardando un código de vestimenta (no obligatorio) alusivo a alguna causa que no debería distinguir ningún tipo de estatus (siendo un poco idealistas porque la realidad es otra), por ejemplo en eventos del pasado donde todavía se mantiene ese simbolismo, fue el código de colores de las sufragistas quienes exigían el voto y la participación política dentro de la sociedad, la diferenciación de las sufragistas fue el uso de vestidos, broches, cinturones, etc. de color verde en representación a la esperanza, el morado para la lealtad, y blanco para la pureza, o anteriormente las Working Girls de la I guerra mundial en 1914, quienes se hicieron cargo de la industria cuando los hombres tuvieron que marcharse a la guerra, ellas cambiaron radicalmente su vestimenta debido a la situación, donde los vestidos fueron sustituidos por pantalones y chaquetas para enfrentarse a esta nueva realidad. Siendo estos algunos de los sucesos históricos en los que se podría decir que la moda ha jugado un papel importante desde una perspectiva identitaria¹ encontramos algunos matices que nos ayudan a pensar la moda con otra mirada diferente a la que hay que seguir trabajando para mayores posibilidades de enunciación fuera del modernismo.

A propósito de lo anterior mencionado, recuerdo que para los años 2019 – 2021 cuando entramos en estado de emergencia sanitaria por causa del COVID – 19, yo trabajaba en mi proyecto personal, una marca de ropa de segunda que en ese entonces llamaba La Bauhaus, esta empieza a tener fuerza y reconocimiento en las redes sociales y al igual que yo, otras marcas de ropa de segunda nos encargábamos de vender ropa con esas etiquetas, nueva, usada, ropa blanca o sin marca a través de la virtualidad, el objetivo de esta iniciativa era empezar a circular la ropa de manera sustentable, asequible para las personas, ropa sin orientaciones de género, deconstruías de conceptos como lo bonito y feo, piezas únicas o intervenidas. Aunque no eliminaba la problemática de clases, se ha logrado diversificar el consumo y la forma de ver la moda, esto se refleja en la demanda que tienen las prendas y la diferenciación de gustos y usos que los distintos compradores les dan. Aun así, al haber una transformación en el uso de la ropa, se sigue manteniendo la idea de lo que una marca multinacional representa y el deseo de las personas al querer hacer parte del estilo de vida que vende dicha marca. Incluso en las mismas tiendas de segunda la prenda de marca vale algo más que una que no lo es, o se ve al comprador pidiendo referencias de ese tipo, esto me lleva a cuestionarme ¿En qué momento algo tan global y estandarizado se vuelve parte de mí imagen? Podría relacionarlo con los medios, la publicidad, el internet, estos se han encargado de imponer tendencias que vienen de la modernidad en la que aún existe una persuasión hacia la cultura occidental, siendo esta la mayor exponente de la moda desde la historia, al respecto de esta manifestación, G. Lipovetsky (1990) explica:

¹ Acerca del código colores de las sufragistas y las working girls <https://www.trendencias.com/feminismo/19-momentos-historicos-en-las-que-la-moda-ha-impulsado-el-feminismo>

Con la moda aparece una de las primeras manifestaciones de una relación social que encarna un nuevo tiempo legítimo y una pasión propia de Occidente, la de lo «moderno». La novedad se ha convertido en fuente de valor mundano, marca de excelencia social: hay que seguir «lo que se hace» y es nuevo, y adoptar los últimos cambios del momento. El presente se impone como eje temporal que rige un aspecto superficial pero prestigioso de la vida de las élites. (p. 35)

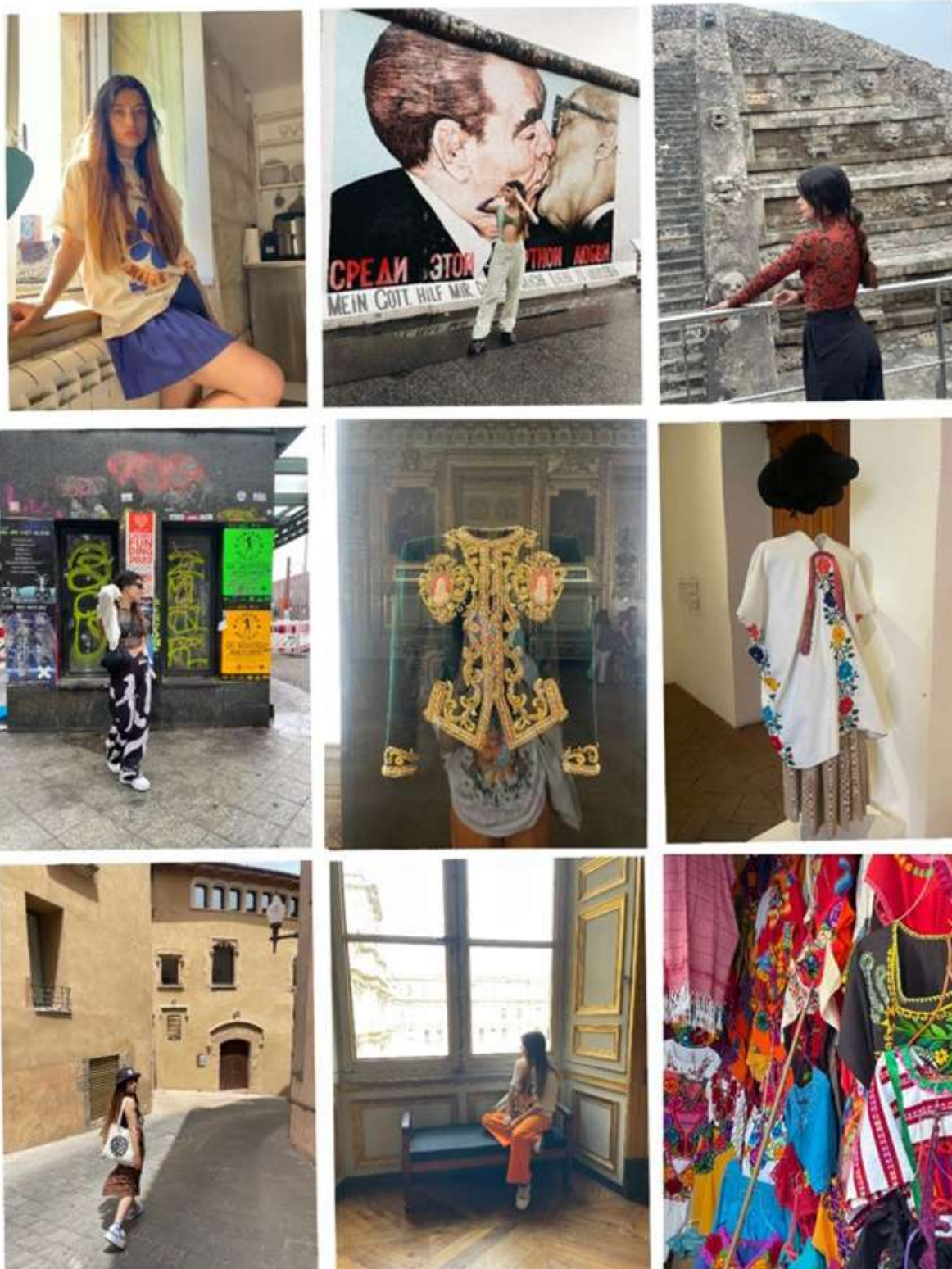
La consecuencia de esto es que ha distanciado y minimizando lo que sería imaginar una moda desde las raíces, de nuestra propia cultura o ni siquiera una moda, sino una forma de vestir más auténtica, dentro de lo que para cada persona significaría esto, entrando en la perspectiva de ¿Cómo sería pensar la moda fuera de lo occidental y más bien dentro de lo natural?

Esta pregunta comenzó a tener más sentido para mí, cuando en la segunda mitad del año 2022, tuve la oportunidad de hacer un viaje a Europa y a México. Por supuesto que preparé mis mejores outfits para lucirlos y que quedaran plasmados en las fotos de cada lugar de interés histórico que visitaba. Lo impresionante, fue ver las dinámicas del movimiento de la ropa en las ciudades turísticas del lado europeo y el latinoamericano (en una pequeña escala, porque no iba con el propósito de estudiar este fenómeno, pero fue algo que resaltó dentro de las reflexiones del día a día). Por un lado, era ver a muchas de las personas como si fuesen el mismo modelo que estaba expuesto en los mostrarios de las tiendas pero caminando por las calles, tiendas de marca, lujosas, grandísimas e imponentes por el camino, todo muy pulcro, elegante, refinado, era un ambiente mucho más pretencioso e indiferente a cualquiera antes vivido, cayendo en el paradigma de lo que es la blanquitud (superioridad), al contrario de México, ir al centro era ver tiendas, puestos y hasta ferias en la calle de ropa, visualmente muy diferentes a las de Europa, muchas de las prendas que estaban dispuestas para los compradores tenía estampada su historia en las telas, sus colores representativos por todos lados, las tiendas se veían más ordinarias, todo era más cálido y más cercano a lo que yo ya conocía en Colombia. Incluso en los mismos lugares donde se vende la ropa de marca en la ciudad, estructuralmente hablando, el espacio está pensado para que se vea fino y selectivo, sin embargo, este se mezcla con lo que está al frente, es decir, con el que venden la réplica, los puestos ambulantes con la ropa sin o de otra marca, de aquí y de por allá, más barata también. Pero la gran diferencia la veía en los museos, los trajes expuestos allí, por un lado, en Europa, trajes de gente de la nobleza, prendas que emanaban riqueza, joyas, vestidos de alta costura, mientras del otro costado se hace mayor énfasis en lo que usaba el artesano y el indígena, la historia de cada material, patrón, tejido con un sentido más profundo. Cabe hacer la aclaración, de que en América también hubo joyas y ornamentos con mucho valor que se perdieron en la historia a causa de la colonización. Después de discernir entre estas dos experiencias, considero que todo se debe a una cuestión cultural, de la que hacemos parte y por ello nos sentimos más cercanos o lejanos a ciertas significaciones, a esta mirada, Stuart Hall (2010), la determina como Identidad cultural:

en términos de una cultura compartida, una especie de verdadero sí mismo colectivo oculto dentro de muchos otros sí mismos más superficiales o artificialmente impuestos, y que posee un pueblo con una historia en

común y ancestralidades compartidas. Dentro de los términos de esta definición, nuestras identidades culturales reflejan las experiencias históricas comunes y los 350 códigos culturales compartidos que nos proveen, como “pueblo”, de marcos de referencia y significado estables e inmutables y continuos, que subyacen a las cambiantes divisiones y las vicisitudes de nuestra historia actual.” (P. 360).

Es cierto que las personas estamos en constante cambio de representaciones debido a la producción y transformación de la información que tenemos a diario del mundo. No obstante, habría que revisar los diálogos que estamos teniendo con estas significaciones que nos rodean, porque cuando nos damos cuenta de que nuestros gustos, pensamientos, forma de actuar o de sentir que creemos desarrollar gracias a la cultura a la que hacemos parte, resulta que esta viene influenciada de un ordenamiento social que ha negado formas de vida fuera de la colonización y la modernización.



(Imagen 21)

Fotografías tomadas de mi álbum personal digital, durante mi paso por México y España en el 2022-2023.

En ese sentido se podría pensar que es lógico cómo se dispone la ropa en cada lugar y el por qué tenemos similitudes de una cultura más que de otra y que las diferencias que tenemos entre nosotros, se deben a nuestro origen y antepasados. Contemplando la idea de que esto tiene su origen en un tema cultural, termino cuestionando por qué sigue esta incidencia de replicar una cultura opresora, acaso se debe a una nueva mezcla de significados, o aceptamos apropiarla definitivamente, o no tenemos una cultura propia. Retomando el análisis Stuart Hall (2010) Me doy cuenta de que hay una distinción interesante entre lo que realmente somos y en lo que nos hemos convertido y hace parte de otra visión que el autor encuentra de la identidad cultural:

La identidad cultural es un asunto de “llegar a ser” así como de “ser”. Pertenece tanto al futuro como al pasado. No es algo que ya exista, trascendiendo el lugar, el tiempo, la historia y la cultura. Las identidades culturales vienen de algún lugar, tienen historia. Pero como todo lo que es histórico, estas identidades están sometidas a constantes transformaciones[...] Las identidades son los nombres que les damos a las diferentes formas en las que estamos posicionados, y dentro de las que nosotros mismos nos posicionamos, a través de las narrativas del pasado. Es solo desde esta segunda posición que podemos entender adecuadamente el carácter traumático de “la experiencia colonial”.

Aunque realmente no estamos hablando de una influencia que hay de las tendencias de moda euro centristas en lugares latinoamericanos, como México y Colombia, sino de la imposición de una cultura, es decir que no hay una cultura compartida sino una división de identidades en la que una está siendo negada por la otra. ¿Qué nos quedaría entonces? Yo pensaría que iniciar desempolvando la otra parte de la historia y ampliar el concepto de moda como denuncia, esta que poco a poco se ha venido revelando y está transformando el valor que se le está dando al vestido, gracias a ello, conceptos como la descolonización de la moda empiezan a emerger, dando cuenta de que referirnos a la identidad no es hablar de algo lineal, tampoco de una verdad absoluta, se trata de estar en diálogo con los llamados del pasado, la experiencia del presente y las predicciones del futuro que están en continuo movimiento, tiene diferencias, rupturas y reconciliaciones. En esta constante transformación los seres humanos tomamos un posicionamiento que nos permite navegar entre la dualidad de la similitud o la diferencia que nos conforma en sociedades. La historia es fundamental en este proceso, pero recordemos también que las historias tienen diversas narrativas, interpretaciones, símbolos y efectos.

Retomando el relato de mi travesía, al estar fuera de la capital alrededor de 11 meses, deje La Bauhaus en pausa mientras conocía otras formas de vida en estos largos viajes. Al volver a la capital, la ciudad que de mi vida había conocido todas mis facetas, mi ropa, mis looks¹, me recibía con un sentimiento de agobio, extrañar lo vivido con las personas que compartí, vivir sola, volver a ponerme al tanto de todo, generaba en mí una sensación de extrañeza y como para mí, un ritual para exteriorizar esas sensaciones era el vestirme y todas las acciones que ello derivaba, no estaba funcionando. A mitad de año del 2023, comienzo a sentir una desconexión con lo que usaba, el armario

¹Look: termino en ingles que traduce ojeada, se refiere a la imagen o aspecto de las personas o de las cosas, especialmente si responde a un propósito de distinción.

lleno de prendas y yo no lograba hacer match² con ninguna y como alguien a quien dice no interesarle la moda, me ponía lo primero que veía, paralelamente a esto, en las calles reales y virtuales, surgían unas prácticas referentes a los modos de vestir que atrajeron mi interés. Aquí entra oficialmente el concepto de descolonizar la moda a mi vida, palabra que se empieza a hacer muy popular y daba mucho de qué hablar en los espacios de moda alterna de Bogotá, para Vanessa Rosales (2021), esta idea de descolonización de la moda se sitúa en una visión crítica, donde la mirada se aparta del interés capitalista, clasista, occidental, de venta masiva de ropa, etc. que hace referencia al querer reclamar la palabra moda que viene influenciada por blanquitud, modernidad, capitalismo y elitismos bajo una vista binaria, y más bien intenta expandir el concepto y la historia clásica de la moda a nuevos sistemas y prácticas de vestir de lo que antes no se consideraba moda, con el fin de reconocer que los diseñadores, creativos y la gente en general, que no son originarios de Europa o Estados Unidos, sean capaces de crear moda por sus propias intenciones y para otros fines.

Partiendo de aquí, me empieza a aparecer en las redes el contenido de algunos referentes locales como Lovera Paula, Vale chimba o Emily León y algunas marcas locales de segunda como Fresh Class o marca oficial como Guayaba agria que empezaron a actuar bajo la influencia de este término, contando una historia diferente detrás de las prendas que usan y los emprendimientos que le apuestan a creaciones pensadas fuera de lo occidental y estadounidense, por ejemplo, veía en alguno de estos videos, como Lovera Paula le hacía propaganda a una marca de ruanas³, pero la publicidad era de manera más sincera y consiente sobre la ruana que estaban mostrando, contando el origen, hablando de los departamentos: Cundinamarca y Boyacá de donde esta es más representativa y la importancia para los pueblos y personas que la usan especialmente en sus trabajos, ya que como lo contaba ella, ayudaba para resguardarse del frío, al mismo tiempo que les es cómoda y fácil de usar para poder seguir con las labores del campo. Además, amplía el tema añadiendo que los campesinos afirman que el Dios Bochica fue quien les enseñó a hilar en algodón y a tejer enseñándoles valores para que desarrollaran en sus territorios, así la ruana termina convirtiéndose en un símbolo que representa la lucha de todo el campesinado. Por otro lado, de una forma más irónica o bajo una mirada performativa y paródica está el contenido de Emily León quien se vuelve tendencia por sus outfits y los estilos llamativos que muestra como el Rococo y el Coquette, donde hace la deconstrucción de algunas prendas como las camisas de futbol⁴ que las usa con prendas que parecen de época provocando impacto por lo diferente, polémico y llamativo para las miradas de los consumidores de redes. Estos son algunos de los modelos que actualmente hacen alusión a la descolonización de la ropa en relación con la identidad y el modo en como busca una resignificación del término y su instauración en la actualidad, ya que a la moda se le debe la tradición, el arte, la creación, las luchas sociales, la historia, etc. Considero que la moda debe ser revisada y rescatada para empezar a contarla de otra forma.

Luego de este recorrido por distintos momentos de mi vida en el que la moda me ha hecho pensar en el concepto de identidad, Para el 2024, ya viendo más de cerca como se está enunciando la moda, lo que ha dejado de lado, lo que ha revivido y lo que viene

2 Match: Es una expresión informal para expresar cuando dos personas se atraen, hace parte del vocabulario joven y se empezó a usar gracias a la app de citas Tinder, ya que se usaba la palabra para mostrar cuando dos personas se gustaban mutuamente.

3 Video de Paula Lovera recomendando la marca de ruanas <https://www.instagram.com/reel/C69c2WUOow1/?igsh=MWNk-dTNzb2plcGlnMg==>

4 Video de Emily León intervienen una camisa de futbol <https://vm.tiktok.com/ZMroGsKp8/>

innovando en la ciudad, comienzo a hacer un análisis de estas nuevas demostraciones referentes al vestir con las que he estado de acuerdo y otras que no tanto, pero que me han llevado a querer experimentar más sobre lo que llevo puesto, de una forma más interesante y profunda que considero es una manera de hacer las paces con un pasado que no me pertenecía del todo y el inicio del reconocimiento de otros lugares, espacios y personas que por mucho tiempo pasé por alto y que desde siempre hicieron parte importante en la construcción mi ser, que por supuesto seguirá transformandose.

Para este año ya iba a más de la mitad de la carrera en artes visuales que estoy por culminar, en la que he vislumbrado diferentes caminos de abordar temas de interés a través de las artes visuales y su enfoque pedagógico, de lo aprendido dentro de la academia y fuera de ella, hizo que me preguntara como quería adentrarme en la moda desde otra mirada no solo conceptual sino creativa, es decir que no quería solo resignificar los modos de vestir con más prendas de vestir, sino trasladar este concepto a algo más significativo, esta búsqueda me llevo hacer una revisión de los objetos simbólicos de mi hogar, aquellos cargados de memoria y cultura popular que me hicieron pensar en la moda desde una perspectiva más identitaria, Así, lo que comenzó como una exploración de lo que significaba “traer la historia puesta” en función del contexto digital y de consumo, se expande ahora hacia una práctica afectiva y política del vestir, en esta propuesta propongo un giro: del afuera al adentro, del deseo por pertenecer al gesto de recordar, del vestir como espectáculo al vestir como acto poético de memoria, donde la ropa ya no es solo tendencia o imagen proyectada, sino el territorio donde dialogan los objetos, el hogar, la familia, los afectos y los gestos cotidianos que me habitan, no solo desde una posición personal, sino que con el desarrollo de mi proyecto personal, mi espacio creativo Divineo, poder generar este tipo de sensaciones a otras personas que quieran acogerse bajo la idea de que el vestirnos puede ser un acto de resistir, de hacer memoria, de amor e identidad colectiva.

- ¿Tatiana tiene una bodega de ropa? “No, pero tiene un armario que parece una. Fast fashion y consumo responsable”

“No, pero tiene un armario que parece una”, esta fue la respuesta que le dio un amigo a una chica que tuve que llamar de emergencia para resolver un problema de vestuario en el rodaje de un comercial, a pesar de que las dos trabajamos con vestuario, ella si tiene una bodega y sin embargo yo trabajo con la ropa que no me deshice luego de la inactividad de Divineo después de pandemia y mi propia ropa que ocupa un clóset gigante porque no he sido capaz de deshacerme de ella, menos aún cuando empecé a trabajar en el medio audiovisual y descubrí que el guardar o coleccionar prendas de vestir me serviría para reutilizarla y generar ingresos de allí.

Esto también me hizo reflexionar acerca de la manera tan desmesurada con la que compraba ropa, más a un cuadro tuve la posibilidad de comprarla por internet en grandes marcas de ropa fast fashion como Shein, Romwe, etc. Dándome cuenta de la producción infinita que tenían de prendas y accesorios, cuestionando un poco su calidad, pero sintiéndome feliz de encontrar una estética “diferente” a la que había en mi ciudad. Con el tiempo comprendí que esa promesa de diferencia no era más que una ilusión producida en masa, disfrazada de originalidad y sostenida por un sistema de consumo violento.

Para comprender un poco más a fondo este fenómeno del fast fashion voy a citar a la autora Cline, E. L. (2023). *Moda desechable: El escandaloso costo de la moda barata*, en el cual explica en que consiste este fenómeno, como es su consumo “cultura de la abundancia”, la precarización que hay dentro de su producción, el impacto ambiental y cultural que ha tenido y una forma de contrarrestarla desde el slow fashion o la moda lenta y ética.

Apoyándome en el texto de la autora, el fast fashion es un modelo hegemónico del mundo textil que se caracteriza por la producción masiva y veloz de las prendas de vestir a un precio muy bajo. En un mundo donde la ropa cambia al ritmo de las redes sociales, las cuales se renuevan casi que semanalmente, el objetivo del fast fashion es de estar siempre al día con las ultimas tendencias para el consumidor. Sin embargo detrás de ese bajo costo se revela el verdadero precio de consumir moda de esta forma.

La autora también señala, que marcas como H&M, Zara, Bershka y todo el grupo Inditex ha logrado impulsar y normalizar el consumo masivo que se sostiene gracias a esta producción acelerada, los precios bajos y la calidad, esta cultura de la abundancia de esparce en las redes sociales cuando las generaciones influenciadoras muestran sus compras, hauls, unboxing, shoppings²² de las prendas y accesorios que compran, estas practicas han dejado de verse como una exageración y se ve normal tener tanta ropa como para abrir una tienda y aún así seguir comprando.

La moda rápida se sostiene sobre una cadena de producción global caracterizada por la explotación laboral, la deslocalización de fabricas y la precariedad de los trabajadores textiles. Países como Bangladesh o China, trabajan bajo pésimas condiciones como: salarios bajos, jornadas laborales extremadamente largas sin el derecho a la sindicalización. Trasladar la producción de ropa como lo hace el fast fashion hizo que muchas empresas tuvieran que cerrar porque les era imposible competir con los precios bajos de importacion que maneja esta industria, como el caso de Manhattan Garment District. También genero una desconexión total entre el consumidor y productor pues que hoy en día los consumidores no saben ni se cuestionan de donde viene y quien hace la ropa que usan, favoreciendo el consumo frío y la deshumanización del proceso productivo.

Uno de los ejes más importantes para hablar es el impacto ambiental que genera el fast fashion. Esta producción es la mas contaminante del planeta, gracias a los efectos del uso de fibras sintéticas como el poliéster y el enorme volumen de residuos textiles que terminan desechados o en países del sur global. Según datos citados por la autora, solo en Estados Unidos se desechan alrededor de 12.7 millones de toneladas de ropa al año. Este modelo extractivista no solo destruye el ambiente, sino que empobrece el significado de la ropa como objeto cultural, emocional y simbólico.

Finalmente la autora propone retornar a practicas más conscientes como el diseño local, la costura, la reparación y la compra informada, más allá de la nostalgia del pasado es la apuesta por reconstruir una relación ética y sostenible de la moda. Pone como ejemplo algunas iniciativas como la de la fábrica. Alta Gracia en República Dominicana donde los trabajadores reciben un salarios dignos y participan activamente en las decisiones laborales dentro de un entorno sindicalizado, demostrando que es posible producir ropa de manera justa sin tener que quitarle la calidad y dignidad humana a nadie.

Otros países como Francia también le están haciendo frente a esta industria, aprobando la primera ley contra el fast fashion²³ que busca frenar el impacto ambiental de plataformas como Shein o Temu, A partir de 2025, las marcas con peor desempeño deberán pagar hasta cinco euros por artículo, cifra que aumentará a diez para 2030. También se restringe su publicidad y se sancionará a los creadores de contenido que las promuevan.

Dicho lo anterior, pensar el vestir como una práctica cultural, no solo de estilo, sino de historia, cuerpo, identidad y trabajo implica devolverle a la moda su sentido político y social. La propuesta de prácticas como la costura, el diseño local o la compra informada no es solo un llamado individual al cambio, sino una herramienta pedagógica para fomentar la reflexión crítica, la autonomía creativa y el cuidado colectivo. Educar sobre moda es educar sobre el mundo que habitamos: quién lo hace, cómo lo hace y a costa de qué. A través del cuestionamiento de nuestros hábitos cotidianos podemos imaginar nuevas formas de habitar el cuerpo y el vestir.

CAPÍTULO III

El cuerpo de un vestido o el vestido de un cuerpo: Un motivo para hablar del Género y La Cultura popular

- El cuerpo de un vestido: Género

En este apartado, pretendo profundizar en las distinciones dadas al género en relación con la moda, ya que este enfoque resulta esencial para comprender cómo los modos de vestir han sido cómplices de discursos heteronormativos que restringen la exploración identitaria a través del cuerpo. La ropa no solo expresa, sino que también regula; ha encasillado formas de vida dentro de los límites normativos impuestos por la cultura. En este sentido, merece la pena hablar del cuerpo a través del vestido y de lo que socialmente este puede representar: comportamientos, actos, y lecturas que se proyectan sobre los otros cuerpos. La cultura visual, en esta línea, opera como un sistema de regulación simbólica: las imágenes no solo muestran identidades de género, sino que las producen, las limitan y las jerarquizan. Así, la imagen –al igual que la ropa– no es inocente; ambas participan de regímenes de visibilidad que legitiman ciertos cuerpos mientras silencian e invisibilizan a otros, especialmente aquellos que no encajan en las reglas estandarizadas de género y apariencia. La moda, entonces, se convierte en un lenguaje político y simbólico que revela tanto la posibilidad de expresión como las tensiones que atraviesan los cuerpos no normativos en su deseo de habitar el mundo.

Esta relación entre moda, cuerpo e imagen evidencia cómo las estructuras simbólicas de la cultura visual no solo definen qué cuerpos son visibles, sino también cuáles son considerados legítimos dentro del marco social. En este sentido, el análisis de género no puede desligarse de otras estructuras de poder que atraviesan la experiencia corporal. Cuando se habla de género, podría pensarse que no tiene relación con las problemáticas de clase, pero no solo tiene que ver: el género se comporta de manera diferente según la raza, la edad

o el origen social; sin embargo, no le es indiferente a ninguna de estas condiciones. La filósofa Judith Butler (1993), en su libro *Cuerpos que importan: Sobre los límites discursivos del sexo*, por el que se la invitó para dar la conferencia realizada en el contexto de la presentación de la red Interdisciplinaria de estudios de Género UNTREF en Argentina, lo plantea claramente al señalar que la vida se vuelve más visible cuando no estamos atados a categorías que no nos representan. Desde esta perspectiva, los cuerpos que no se ajustan a las normas impuestas por el género, la clase o la raza, suelen ser tratados como desvíos del ideal de humanidad: cuerpos leídos como inadecuados, impropios o incluso fantasmas sociales. Como señala Butler, vivir en un cuerpo no reconocido puede implicar habitar el mundo “bajo la sombra, no como un objeto humano, sino como un fantasma... son maneras desrealizadas de vivir en el mundo”.



¿Cómo podríamos ser conscientes de nuestro propio cuerpo, si socialmente se espera que seamos como las demás personas nos perciben o que nuestra identidad este formada por la manera en la que los demás nos ven? Este tipo de preguntas se me hacen increíbles de pensar cuando las pongo en el ámbito de la moda, siendo el vestido parte de la primera impresión que tiene el exterior de cada persona, hay un cuerpo detrás que hace parte de esa impresión y que depende de su actitud para generar un sentido más completo de la imagen que se espera mostrar... o la que no, para la validación dentro de la sociedad, Judith Butler (1993) dice que

“Estamos confrontados a maneras en las que nos cambian o nos perciben, pero no tenemos que reproducir mecánicamente las maneras en cómo nos tratan. Nos construimos, nos interpretamos y formamos a través de prácticas sociales pero la paradoja es que a medida que eso pasa, la libertad que tengamos nosotros mismos solo tendrá sentido dentro de esa paradoja social”.

Entonces ¿Qué humanos cuentan con lo legible para el reconocimiento dentro de la esfera del aspecto y cuáles no? Aunque parece que fuese algo de lo que somos dueños, el cuerpo le pertenece al mundo, transita diferentes narrativas, tiene diferentes significados culturales y emocionales desde donde se lo lea, hemos escuchado hablar del cuerpo como sistema reproductor natural, como medio para emitir discursos visuales, mensajes no verbales, hablamos del cuerpo como templo, arte y ahora empezaremos hablar del cuerpo sexualizado, el género y la desigualdad... por la moda.

Dicho esto, me parece pertinente revisar que se sabe acerca del género, el interés y la necesidad de que empuje a sonar más en las nuevas generaciones y por qué son tan importantes las afectaciones e implicaciones de este concepto en la sociedad, por esto traigo el texto de Lujones María (2008) quién entra en un dialogo crítico con la obra de Aníbal Quijano junto con otras autoras como la teórica kimbelé Crenshaw, Paula Gone Allen y la feminista nigeriana y socióloga Oyeranke Oyewumi, quienes profundizan y problematizan el género, la raza y la colonialidad de manera conjunta.

Lugones se apoya bajo el concepto de interseccionalidad de Crenshaw quien dice que las categorías de raza, género, etnia, clase, sexualidad, no deberían analizar-

se de modos separados sino interconectados, permitiendo visibilizar las distintas formas de expresión que experimentan las mujeres y comprender el carácter sistemático y estructural de la injusticia sobre las mismas. Dentro de estas categorizaciones, se encuentra el término “mujer, hombre” que toma como norma a todas las hembras y machos blanca/os heterosexuales y la categoría “negro” que comprende al macho negro heterosexual. La primera problematización que hace la autora es explicar que hay una generalización evidente dentro del género, en la cual todo es válido para cada una de estas categorías dentro de un orden social que solo acoge al hombre y a la mujer blanca heterosexual burguesa y así mismo al negro heterosexual dejando un vacío en el cual, en ninguna de las categorías se reconoce a la mujer negra (entendida como la mujer de color, latina, chicana, mestiza, indígena, etc.) siendo esta invisibilizada y obligada a pensarse como mujer blanca occidental moderna. (p. 82)

De la misma forma en que la evangelización impuesta de occidente a América Latina como lo hablamos en el origen del vestido, estas categorías de mujer, hombre, raza, surgen de la colonización a América y según Lugones son ficcionales ya que ni el dimorfismo sexual ni la dicotomía de género existían antes de esta conquista, sino que fueron nociones introducidas alrededor del siglo XVI. De igual forma, Quijano afirma que ni el género, ni la sexualidad, ni la raza existían antes de la expansión colonial europea. Al respecto la autora Oyeranke Oyewumi en su libro *La Invencción de las Mujeres en el Mundo Yoruwa*, dice que en esta comunidad no había una concepción de género y roles sociales divididos entre hombres y mujeres, ya que no había nada que un macho pueda hacer que no pueda hacer una hembra. Al mismo tiempo la autora Paula Gone Allen enuncia que antes de 1492 no había mujeres en el mundo precolombino, esta estructuración de género viene después de la colonización y se impone como un mecanismo para destruir las cosmologías ancestrales de los pueblos colonizados, imponiendo sobre ellos la binariedad de la modernidad. Tampoco había diformismo sexual y un macho podía estar con otro y una hembra con otra. De estos estudios Lugones afirma que el género no era un sistema de organización social y que incluso estas comunidades eran matriarcales y reconocían la homosexualidad y la intersexualidad. (p. 89)

Podríamos decir entonces que la concepción de género ha sido un instrumento violento de dominación colonial que ha acabado con creencias y prácticas de las comunidades Latinoamericanas y que ha transfor-

mado en nombre del capitalismo el papel de la mujer, sometiéndola a relaciones de poder y violencias de sexo. Ahora bien, cuando hablamos de los modos de vestir y su origen, damos cuenta de cómo la colonización incluso en la ropa ha sido partidaria de todo este pensamiento occidental y moderno que ha impuesto todo tipo de ideologías, estereotipos y creencias sobre nuestros cuerpos a través de símbolos y significados que desde un principio no nos correspondían ni nos representaban pero que se han sabido interponer en prácticas tan básica como el vestir causando incluso violencia y abuso que necesitan ponerse en cuestión, en alto y reclamar una verdadera liberación del cuerpo desde cualquier contexto.

Importante tener en cuenta estos dos conceptos, el sexo y el género, porque al yo hacer referencia a que el cuerpo parece que le debe algo a la sociedad, estoy refiriéndome a una construcción de ideales impuestos, que en ese sentido vale la pena preguntarse sobre el origen innato del cuerpo y el por qué se llega a pensar que hay unos cuerpos que pueden decidir por otros o que estén sometidos a un tipo de reglas. El sexo y el género, según Judith Butler (1993) quien dice que el sexo es lo natural, sin embargo, la naturalidad se materializa al ser atravesada por lo social, pero el carácter social al no ser natural construye la significación del género, de manera explícita ella supone que:

Si el género es la construcción social del sexo y sólo es posible tener acceso a este “sexo” mediante su construcción, luego, aparentemente lo que ocurre es, no sólo que el sexo es absorbido por el género, sino que el “sexo” llega a ser algo semejante a una ficción, tal vez una fantasía, retroactivamente instalada en un sitio prelingüístico al cual no hay acceso directo. (p.23)

Es decir que no podemos reducir el sexo solo a la naturalidad anatómica ni al género como materialidad porque los dos se atraviesan entrando en un campo discursivo en el que se deja de ver el cuerpo fuera de lo reproductivo y fuera de las categorías que no lo representan. Debido a la complejidad lingüística del cuerpo, este no se puede limitar ni definir en lo absoluto. Cuestionémonos entonces ¿Hasta qué punto un cuerpo está constituido, moldeado, y dotado de significancia de acuerdo con el contexto en el que se le comprende? Para Judith Butler (1990) El género no es una propiedad del sujeto, sino una serie de actos

y discursos repetidos que lo constituyen como tal, es decir que el género es performativo, “El género es una construcción performativa: No es que existamos primero como sujetos y luego actuemos el género, sino que, al actuar de ciertas maneras, nos constituimos como sujetos de género” (p.25)

Como principal afectado en cuestiones del vestido es el cuerpo, me parece oportuno reflexionar acerca de cómo entonces la ropa, dentro de todas sus posibilidades tiene tan encasillado lo que debería considerarse es para hombre y mujer y lo que es más impactante, cuales cuerpos pueden usar esto y en que lugares concretamente. Recuerdo una vez conversando con mi mamá, hablábamos del por qué no volveríamos a usar ropa ajustada en nuestro cuerpo, de lo desagradable que era sentir algunas telas pegadas a la piel y lo libre que uno se sentía usando ropa más holgada. Me hizo pensar en lo molesto que es sentir y ver un cuerpo incomodo o tenso, de lo innecesario que debería ser y lo justificado que está, por quienes decidimos poner por encima la incomodidad por distintas razones, vanidad, trabajo, algún evento especial etc. para mantener cierta imagen. ¡Ni loca vuelvo a ponerme un jean ajustado! Me dice mi mamá, a lo que yo le respondo que estoy de acuerdo. Intentamos identificar el momento en el que este pensamiento llegó a nosotras. En un principio, ella me explica que empezó a ver videos sobre la forma de los cuerpos, esto le permitió conocer el suyo y conocer qué tipo de ropa le favorecía y cual no, por otro lado, veíamos cómo en su trabajo al ser en un ambiente laboral de oficina, los cuerpos tienen cierta postura y las formas de vestir van muy acorde a ellas, dentro de este, también existen tipos de estilos que las personas usan, que se configuran de acuerdo al tipo de tela, acabados, si es pantalón de paño, falda ajustada, corta, larga, trajes con corbata o sin ella, tacones o botas, todo esto se debía también al tema de la edad, como se ve un cuerpo juvenil y otro con más edad y como cada uno logra ese “verse formal”, unos con más fluidez que otros a quienes se les puede sentir un poco más rígidos. Si interpretamos esto, noto que es un tipo de proceder que radica en el carácter social de las personas, una especie de estándares que nos hacen acoplarnos a algo, donde el principal y más directo afectado es el cuerpo, el cual debe adaptarse a los diferentes cambios de indumentaria que las distintas ocasiones lo ameriten, me parece interesante, pensar en los tipos de porte y apariencia que atraviesa el cuerpo constantemente y como este lo exterioriza, pues en la mayoría de casos es inconsciente, ya que naturalmente el cuerpo es capaz de comunicar a través de señales que pueden no ser voluntarias o contrarias

a las del habla. Por otro lado, el cuerpo no solo tiene que adaptarse a las ocasiones según el evento al que hará parte, sino que también debe encasillarse dentro de una categoría socialmente aceptada, la del hombre o mujer, es decir, que, dentro de todos los estilos u opciones, sea elegante, traje de pantalón para hombre, vestido para mujer, uniforme, pijamas, accesorios, zapatos, los estampados, los colores, están pensados solo dentro de estas dos distinciones. La creación de la ropa estandarizada (porque actualmente la moda alternativa está trabajando en quitarle esta etiqueta de género a las prendas de vestir) se hace teniendo en cuenta solo estas dos posibilidades ¿Por qué?

Gracias al interés que tuve por los modos de vestir, esto me llevo a conocer diferentes espacios y personas a las que ese mismo interés les hizo querer generar algo a través de la moda. Esto me permitió reconocer otras otredades que usaban el vestir como una forma de expresión del ser sin reducirlo a conceptos cerrados como puede ser hombre y mujer o lo femenino y lo masculino, por el contrario, les abrían paso a posibilidades de combinar, usar, crear prendas sin género. Es aquí donde de una manera más directa, me doy cuenta de cómo la sociedad hace juicios de valor según quién y cómo usa la ropa, es decir, ¿Cómo puede llegar a llamar la atención o ser juzgado un hombre que usa falda, o una mujer que viste ancho, o una persona que viste ajustado? En cualquier sentido el vestido siempre tendrá un significado para quien lo ve por ser un elemento comunicador, pero ¿Qué papel tiene el vestido dentro de los discursos heteronormativos? ¿Qué tan responsable es el cuerpo vestido en el espacio y qué tan preparada está la sociedad en aprobar o negar ciertas enunciaciones de este, porque, aunque parece y en cierta medida es algo natural (libre), pareciera que está pensada en función de ciertos intereses que están de por medio (consumo, organización, dominio) expuestos a través de la publicidad, los medios masivos como influencia? Aquí están fuertemente relacionados el cuerpo dentro del género, la ropa como comunicadora y la cultura como un ente de ordenamiento.

Pensemos ahora en la explotación del cuerpo cuando es sexualizado, es decir, que esta vulnerado a causa de las relaciones de poder, patriarcado y normas de género. Dentro de las formas de vestir algunas prendas también están estigmatizadas y mal vistas en la sociedad y en consecuencia de ello, el cuerpo de la mujer se ve en una hipersexualización constante y aunque la violencia de género no distingue entre sujetos, si cambia entre contextos, para explicarme mejor, veamos el

siguiente ejemplo: la ropa que se considera exhibicionista, específicamente la ropa pequeña, sexy, transparente, en los cuerpos que la usan y los distintos discursos que muestran desde el espacio de donde estos se enuncian, pueden llegar a ser controversiales. Si lo vemos desde una vista más actual, en acontecimientos de la industria musical, gran parte de las artistas femeninas a diferencia de los hombres tienen una gran producción en los vestuarios que usan, sin embargo, la gran mayoría salen con poca ropa, esto genera que sus seguidores quieran imitar estos estilos, esto genera que sus seguidores quieran imitar estos estilos, debido a la gran influencia que tienen las artistas sobre sus seguidores, pero qué pasa cuando estas dos representaciones se dan en diferentes contextos, por un lado se emite un discurso que se muestra bajo ideas como la liberación del cuerpo de la mujer, su empoderamiento e innovación de estilos, por el otro lado, también está la versión que pone el cuerpo de la mujer en señalamientos sexualizados, que define esta forma de vestir como ropa insinuadora o provocadora, sobre todo al usarlos en lugares más cotidianos o precarios fuera de estas grandes producciones y elites de fama en las que actúan las personas reconocidas, donde la mujer es observada, criticada y en el peor de los casos violentada “a causa” de lo que lleva puesto. No es lo mismo una persona de barrio llevando este tipo de ropa a otra que lo hace en conciertos o probablemente fuera de ellos, pero con cierta garantía de seguridad. En cualquiera de los dos casos la mujer está representada como objeto de deseo, siempre está expuesta a miradas, tratos desiguales, comentarios, críticas, y en el peor de los casos abusos.

Yéndonos al otro extremo, en el caso de la ropa ancha, que al ser usada por una mujer se le señala como “macha”, o se da por hecho que es una búsqueda a la aprobación masculina, poco femenina o peor cuando se le pretenda insultar con los términos de gay o lesbiana como si esto fuese una ofensa. Este tipo de señalamientos son el resultado de estos lineamientos sociales que son instalados desde la infancia, como se debe comportar el cuerpo en diferentes situaciones, qué tipo de prendas y colores debes usar de acuerdo a su sexo (azul para niño, rosa para niña) de hecho el creador de contenido, profesor y analista de moda mexicano Manu Styling, hace un recorrido histórico en el que cuenta como ha sido esa clasificación de colores para las personas, donde la moda era unisex hasta que cumplías los 6 años y el color rosa se relacionaba con el rojo y lo usaban los hombres porque representaba poder, divinidad y dioses, mientras que el azul representaba delicadeza elegancia y ensueño

femenino hasta el siglo XX, donde esto cambia y se invierten los colores y el significado de los mismos, por ejemplo, el rosado se convirtió en un color para diferenciar a las personas homosexuales, representó el robo de las feministas del color masculino (rosa) y se empezó a ver como el color de la esposa perfecta¹, lo sorprendente es que estas reglas no se dieron dentro de la materialidad del arte de la moda, ni por teorías de color científicas, ni por patronajes de moda, sino específicamente por la cultura social, negando cualquier naturalidad de los cuerpos en sí mismos y más bien otorgándole y generando estas divisiones de roles a cada sujeto por cómo se supone debería vestir, según estos discursos hegemónicos y heteronormativos. Es como si en cualquiera de los casos el comportamiento del cuerpo le debiera algo a los demás, impidiéndole expresarse desde otras posibilidades o simplemente de una manera más autónoma, donde sus gestos y expresiones parece que están regidos por un ente mayor, en el que los símbolos y significados solo son bien vistos desde una cara de la sociedad (heterosexista). Veamos por ejemplo como llegó la designación de llamar a un hombre metrosexual por querer interesarse en su cuerpo, en verse bien, en vestirse diferente y por usar productos de autocuidado. Es paradójico ver como la moda empezó inclinada hacia los hombres y lo masculino pero este mismo sexo se encargó de retraerse y limitarse, por originar y validar ideas homofóbicas y de masculinidad frágil a través de la historia. En otra de las reseñas del creador de contenido de moda Manu Styling, en su cuenta de TikTok menciona al psicoanalista J.C Flugel, quien le llama a este fenómeno La Gran Renuncia Masculina en su libro Psicología del Vestido, en la que pasan de utilizar vestuarios coloridos y ostentosos, representando el poder y la riqueza que anteriormente se creía que esta era dada por elección divina, a pasar a la simplicidad absoluta en la forma de vestir luego de la revolución francesa, donde el poder y la riqueza ya no se consideraba que era por elección divina, sino por el trabajo duro, el cual no se podía hacer con tacones o corsés, así que se renuncia a lo ostentoso por lo útil y práctico, cediéndole este papel a la mujer, de solo ser bonita, representando la riqueza del hombre a través de sus vestidos y joyas. Al igual que el traje sobrio con broches después del Dandismo convirtiéndose en la nueva imagen del hombre limpio, pulcro y elegante, haciendo que los hombres se vieran homogéneos entre ellos e incluso poniendo ciertas reglas a la hora de vestir, que se mantiene hasta el día de hoy. Lo único que no cambiaba era el poder del hombre que tenía sobre la mujer y al contrario de ellos, a nosotras si se

nos exigía cambiar, pasando por más de 10 estilos en el mismo siglo². Trayéndolo a situaciones más cercanas a Bogotá, siendo esta una ciudad donde las personas consideran hay una expresión de moda más marcada, a diferencia de otras ciudades en las que al sujeto no se le permite ser de una manera más “libre”, cuándo las personas experimentan con la ropa sin tener en cuenta estos lineamientos sociales binarios, me doy cuenta que esa “libertad” se da porque hay un gran número de personas queriendo hacer parte y creando estos espacios de diversidad, abriéndole cabida a la existencia de otras formas de ser, que por el contrario cuando incomoda a cierta parte de la población heterosexual (mayormente), son fuertemente señalados, como en el caso de la influencer de moda Bogotana Emily Pérez, quien fue muy criticada principalmente por hombres, a quienes les incomodaba ver cómo ella utilizaba la camisa de fútbol de Colombia cuando la adornaba con encaje creando una versión rococó de la misma³ específicamente uno que se viralizó de un hombre pidiéndole a la federación de fútbol que le enviara un comunicado a ella para que no se presentara de esa manera y en los comentarios se veía tanto a personas que se burlaban, diciendo que al ser de Bogotá eso ya la hacía rara, o afirmaciones como que ella no nos representaba como colombianos, que era una falta de respeto, mientras que otros la defendían a ella y a la situación en general, opinando que no hay regla para que una mujer se vista, elogiando la combinación de estilos y sobre todo la satisfacción de incomodar a un hombre con este tipo de prejuicios. (Revisar imagen 22)

2 Videos extraídos de TikTok del perfil de Manu Styling, quien explica más a profundidad el acerca de la renuncia masculina <https://vt.tiktok.com/ZShqH-fyk6/> <https://vt.tiktok.com/ZShqHhBcE/>

3 Video viral en el que un hombre hace un video mostrando su inconformidad al ver a Emily León usando una camisa de fútbol de Colombia con un Corset: <https://vt.tiktok.com/ZShq9GDc5/>

1 Video extraído de TikTok del perfil de Many Styling hablando acerca de los roles de género según el color: <https://vt.tiktok.com/ZShqHtvAg/>



(Imagen 22)

Imagen extraída de un fragmento del video de TikTok del usuario @albertopol0 quien comenta acerca del vestuario de la influencer Emily León en relación con la camiseta de fútbol de Colombia y su estilo

Así como el ejemplo anterior, hay un sin fin de discursos de odio que se perpetúan bajo las dinámicas de género y más a partir de los modos de vestir, que suele ser lo que más llama la atención porque es la presentación vestida del cuerpo, deja mucho para pensar y sentir, además de dar la razón a la premisa de Judith Butler (1990) en su libro *El Género en Disputa* cuando se refiere al cuerpo como ese espacio donde se negocia, resiste y transforman las normas de género. Las personas o comunidades que cargan con un pasado histórico de exclusión, discriminación, homofobia han hecho de su cuerpo ese lugar de posibilidades de ser, nuevas formas de existencia, de reinventarse y de resistir a la hegemonía heteronormativa interrumpiendo esa linealidad del sexo, género y deseo.

A pesar de todo, merece la pena reconocer como algunas marcas y personajes influyentes, se han arriesgado a cambiar las imágenes estereotipadas a imágenes más reales, como en 2019, el desfile de la marca Chromat en la New York Fashion Week²⁷ fue un caso disruptivo en este sentido: incluyó modelos de distintas tallas, géneros, edades y capacidades, proponiendo una estética más cercana a la vida real, pero aún tratada como excepción dentro del sistema de moda dominante. Asimismo, activistas y modelos como Aaron Rose Philip, modelo trans y discapacitado, o

Alok Vaid-Menon, artista no binario que subierte las normas del vestir con mezclas de feminidad radical y corporalidad disidente, se vuelven símbolos de estas tensiones entre visibilidad, vulnerabilidad y representación. (Ver Imagen 23)

Con una mirada desde la cultura visual, este tipo de intervenciones permite ver con claridad cómo la imagen es también un campo de disputa. Las imágenes de cuerpos estereotipados de marcas que si están dentro del sistema dominante como Victoria Secret y la mayoría de marcas, diseñadores y modelos que hacen parte de esta industria, están cargadas de jerarquías, estigmas, violencias simbólicas. Por ello, figuras como Aaron Rose Philip, como cuerpo trans y discapacitado en la moda, o Alok Vaid-Menon, como artista no binario que encarna una feminidad radical, no solo ocupan un lugar en la imagen, sino que la transforman. Son figuras que incomodan al sistema visual dominante, precisamente porque no pueden ser asimiladas sin cuestionar las estructuras que lo sostienen. Su visibilidad no es garantía de inclusión, sino prueba de la fragilidad de los límites que determinan quién merece ser visto y cómo.

Este recorrido por la relación entre cuerpo, género y



(Imagen 23)

Imagen extraída de Harper Bazar, de la pasarela Chromat en la New York Fashion Week

moda permite entender cómo el vestir va mucho más allá de una elección estética o funcional: es un acto profundamente político. La ropa comunica, delimita y también silencia; construye identidades al tiempo que las restringe. Es evidente que el cuerpo no ha sido concebido como un espacio libre, sino como un territorio vigilado, modelado y domesticado por estructuras sociales, coloniales y patriarcales que aún persisten.

Más allá de hacer un análisis, este capítulo junto con cada autor mencionado es una invitación a desenmascarar y rechazar toda práctica colonial de poder, que ha logrado instalarse incluso en nuestras elecciones más cotidianas, como la ropa que usamos, convirtiéndose en cómplice de las violencias de género. También para que forjemos desde el reconocimiento de nuestras realidades, nuestro compromiso con la integridad colectiva hacia un camino liberatorio. La moda tiene el potencial de abrir nuevas formas de ser y de habitar el mundo. Pero para que esto suceda, es necesario que repensemos las estructuras que la sostienen, los estándares que la regulan y los cuerpos que han sido históricamente silenciados dentro de ella. Así como ha sido un campo de control, puede ser una herramienta de resistencia. Antes de finalizar la conferencia, Judith Butler, responde algunas de las preguntas del público en la que uno de ellos le pregunta si tenemos que aprender a defendernos para poder transitar las calles, a lo que ella responde con una reflexión muy acertada, sobre todo para los tiempos que vivimos actualmente frente al terrorismo sexista: “Mientras el proceso de cambio se desarrolle, hay que defenderse, al defenderse uno mismo, estamos defendiendo al otro como a nosotras, sin embargo esto no puede reemplazar el deber de la policía, ni justifica su complicidad con la violencia”.

- El vestido de un cuerpo: Cultura Popular

“Si existe una moda hegemónica, no debería hablarse de cultura popular en general sino de la moda popular en particular. Debe hablarse de las modas y no de la moda.”

E. Salazar

Pensar en el cuerpo como un simple soporte biológico resulta insuficiente frente a la complejidad de significados que se entretienen en él. El cuerpo no solo habita el mundo: lo comunica, lo interpreta y lo transforma. A través de gestos, posturas y modos de vestir, expresa lo que muchas veces no alcanzamos a decir con palabras. En este sentido, resulta inevitable preguntarse cómo se construye esa expresión corporal y qué factores sociales, culturales y simbólicos la atraviesan. Al observar los códigos no verbales que adoptamos—desde una mirada hasta una prenda de vestir—descubrimos que el cuerpo, lejos de ser neutro, es un escenario donde se representan roles, identidades y relaciones de poder. ¿Qué nos dice un cuerpo que viste un uniforme ajeno? ¿Qué sentidos emergen cuando lo cotidiano o lo popular es apropiado por otros sectores sociales y se transforma en tendencia? El vestido de un cuerpo: Cultura popular, es un apartado que busca abrir un espacio de reflexión sobre las formas en que el cuerpo comunica, se moldea y es moldeado por la cultura, la clase social y la mirada del otro. Al relacionar el cuerpo con la ropa y los modos de vestir, estamos haciendo uso de una herramienta de comunicación y de auto percepción que está en diálogo con el entorno, tanto emisor como receptor. Retomando a Squicciarino (1998), al hablar de comunicación, nos estamos refiriendo también al significado, por ello cita a Eco, quien propone:

Superar la aparente antinomia entre «significación» y «comunicación», todo sistema de comunicación entre seres humanos presupone un sistema de significación como condición necesaria [...] Los distintos elementos de la indumentaria, precisamente porque están cargados de significado y más caracterizados por su valor simbólico que por el valor funcional, pueden considerarse como parte de un proceso de significación, es decir, asumen la función de signo, ya sea como vehículos del inconsciente o como objetos de consumo. (p.21)

Siguiendo este hilo en el que hablamos de apariencia, cuerpo y modos de vestir, considerando que al hablar de un significado estamos hablando de signos como proceso de comunicación, citando nuevamente a Eco. U (1988) quién dice:

El signo se utiliza para transmitir una información, para decir, o para indicar a alguien algo que otro conoce y quiere que lo conozcan los demás también. Ello se inserta en un proceso de comunicación de este tipo: fuente – emisor – canal – mensaje – destinatario (p.21)

Mientras que los símbolos dentro de los tipos de signos, Eco. U (1988) define como:

Aquel signo que mantiene con el objeto una relación puramente convencional, pero cuyo vínculo se ha sedimentado culturalmente hasta el punto de adquirir valor colectivo, incluso sagrado o ideológico. (p.25)

Como ya lo vimos cuando hablamos de las marcas, por ejemplo, las prendas de vestir transmiten mensajes visuales y cuando la persona es consciente de ello y tiene algún tipo de poder, suele ser más fuerte la intención del mensaje y la influencia sobre otros cuerpos.

Al convertirse las prendas en un medio comunicador, el cuerpo también hace parte de estos mensajes enviados al exterior. Retomando a Squicciarino (1998) quien nos acompaña en gran parte de este escrito, ahora con la comunicación no verbal, partimos nuevamente de lo que decimos a través de la apariencia, el autor afirma acerca del aspecto externo que:

En el ámbito de la comunicación no verbal, el aspecto es, sin duda, la señal que más influye en las percepciones, tanto en las reacciones de todos los individuos en general como en las de cada uno en particular. Algunos elementos del aspecto personal, como las prendas de vestir y las formas ornamentales, están bajo el completo control de quien los lleva, mientras que otros elementos como el pelo, el rostro, la piel o el físico están sólo parcialmente dominados. (p. 33)

En esta parte, todo lo que hace referencia a la vestimenta, accesorios, maquillaje tiene la función de hacer más agradable la apariencia para uno mismo y el otro, el autor dice que esto se da gracias a que en la sociedad la seducción constituye un aspecto clave en el comportamiento y la comunicación. Al desglosar y analizar mi relación con la ropa a través de los años, en efecto, esta era la principal característica que notaba mientras escribía, como parte de mi desarrollo en la sociedad, buscar la aceptación y encajar en un grupo, o a ojos de los demás, es una etapa de personalidad inestable en la que el aspecto físico tiene una participación relevante que nos conduce a esa búsqueda de querer sentirnos identificados con algo. Incluso para las personas que no son tan minuciosas con el cuidado del aspecto físico terminan siendo parte de un grupo que a través de su ropa y su gestualidad expresa ese deseo de no querer esa atención.

Me parece un poco complejo y exhaustivo pensar en todas las alteraciones por las que ha tenido que pasar la definición de cuerpo, no solo como nuestro instrumento natural de vida, sino como lenguaje, símbolo o medio comunicativo. Squicciarino (1998) habla del cuerpo como comunicación no verbal entendida como:

“el lenguaje del cuerpo en el que este se identifica como una expresión correlativa de contenido articulado, como vehículo a través del cuál puede ser transmitido incluso lo que está inhibido en la palabra y en el pensamiento consciente. El cuerpo es una estructura lingüística, <<habla>>, que revela infinidad de informaciones, aunque el sujeto guarde silencio” (p. 18)

En cada acercamiento con otra persona, se perciben señales corporales que nos dará información sobre el otro, sin necesidad de hablarlo, a simple vista, al ver un cuerpo se pueden determinar una edad, algunos rastros de personalidad, etnia, incluso pueden indicar el contexto de una persona. Al igual que las posturas y gestos que expresa, nos pueden reflejar algunas sensaciones sobre los demás y sobre uno mismo. Al respecto de los gestos, estos hacen parte de las principales señales no verbales de nuestro cuerpo, según Squicciarino (1998) quien reúne varias opiniones y estudios acerca de alguna de estas expresiones como la del rostro, al que le atribuye el nombre de canal privilegiado para expresar emociones y comunicar actitudes interpersonales, para Quintiliano, uno de los autores mencionados por Squicciarino, es la expresión a la cual se dirigen las personas, incluso antes de empezar a hablar, se afirman cosas, se puede llegar a odiar o amar, llegando a ser más valiosa que la palabra. Yo pensaría que podría ser incluso más honesto, ya que hay situaciones que pueden llegar a contradecir lo que estamos diciendo o muestran detalles diferentes a los de la palabra, sin embargo, en situaciones de socialización este puede verse afectado o retorcido, ya que como lo explica Squicciarino (1998)

“a través de una serie de transformaciones dictadas por las propias normas de una sociedad se entra en un juego continuo de ficciones y disimulos, de enfatizaciones y omisiones, el rostro humano parece ser el más elaborado elemento de comunicación no verbal y, portanto, también de falsificación no verbal” (p.26).

Es tan eficaz su habilidad comunicativa que podemos controlar con cuidado, escondiéndolas o mostrándolas como y cuando queramos. Por otro lado, el autor hace alusión a los gestos y los movimientos del cuerpo, en primera instancia los gestos del cuerpo pueden derivar de la cultura a la que se pertenece y pueden llegar a ser la comunicación no verbal con más contenido simbólico, por ejemplo, en Japón, en el budismo Zen, el silencio se considera una virtud y los gestos son muy estilizados y varían de acuerdo con el sexo, la edad, el rango y la clase social. Para Squicciarino (1998):

Los gestos que expresan estados emocionales consisten en su mayor parte en movimientos de auto manipulación que recaen sobre nosotros mismos y a menudo se inhiben en público [...] En cambio los gestos que expresan actitudes interpersonales van dirigidos al cuerpo de los demás [...] El estilo gestual de una persona es el producto de su bagaje cultural y profesional, de su edad, de su sexo, de su estado de salud, de su nivel de cansancio, etc. Para que los gestos sean correctamente evaluados tienen que ser siempre considerados como parte de un todo. (p.30)

Trasladando los gestos corporales al comportamiento que las personas toman al vestirse de maneras específicas, me parece curioso como desde allí se pueden identificar ciertos roles de la persona en la sociedad, ya que el cuerpo se configura de acuerdo a como se siente con lo que usa, imaginemos cómo camina una persona que va en traje a como lo haría alguien que está en pijama, o los grupos de personas que están uniformadas, en especial cuando se usa una dotación casi diaria, qué actitudes puede tomar un cuerpo que vive envuelto la mayor parte del tiempo en un mismo vestido. incluso podríamos hablar de los ademanes que tiene el cuerpo en alguno de estos roles, de qué

manera camina, cómo se toca, cómo manipula su cabello, actos que generalmente son involuntarios, pero que dependen mucho del espacio en el que se está y en este caso la disposición que otorga el cuerpo en relación con el atuendo que lo cubre. Además de la actitud del cuerpo estando en interacción con los demás, que varía también dependiendo de su imagen exterior y el lugar donde se proyecta, entendiendo este espacio como lugar físico, pero también contextual al que los diferentes cuerpos hacen parte.

Con relación a lo anterior Squicciarino habla del comportamiento en el espacio haciendo énfasis en la postura. Teniendo en cuenta que este también se rige bajo factores sociales culturales y emocionales, para comprender su importancia el autor trae el análisis de Argyle y Dean psicólogos sociales, quienes hablan de la aproximación o el alejamiento que las personas pueden tener entre ellas, esta atracción se da gracias a experiencias gratificantes o frustrantes que se hayan tenido, también se debe a sentimientos como la empatía que permiten ese entendimiento con el otro o al contrario, observar manteniendo la distancia si el ambiente es hostil. Para entender este fenómeno en el espacio Squicciarino (1998) nos vuelve a hablar de las clases sociales, donde explica que:

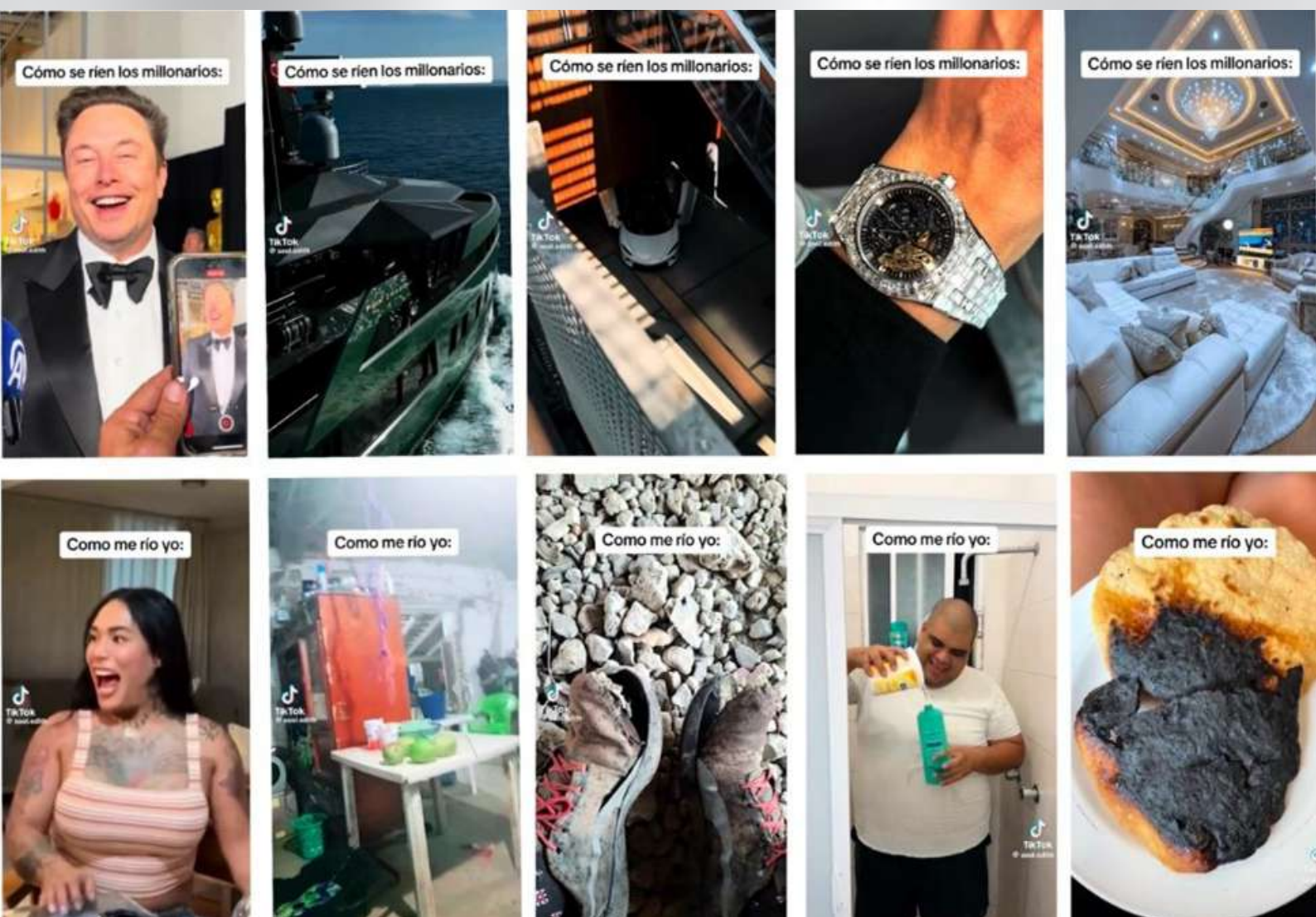
Las personas de alto estatus social, o que como tales se consideran, manifiestan hoy menos que antes una actitud de frío distanciamiento, de rechazo del contacto físico y de superioridad jerárquica, adoptando en el espacio un comportamiento determinado. En cambio, la proximidad es mucho mayor entre dos personas del mismo rango social o entre aquellos que, a pesar de la diferencia de estatus, mantienen una actitud de colaboración o de amistad. La indumentaria ha representado en el pasado, y en parte hoy todavía, una importante función de refuerzo, de acentuación de la distinción de estatus social y de distanciamiento formal, que se manifiesta en el comportamiento en el espacio. (p.31)

Esto me recuerda a un meme que vi en internet, que me hizo pensar en esta diferenciación, cómo es el imaginario de lo que se espera ver de una persona según su clase social a partir de un gesto. El meme consiste en que dos sujetos se ríen y de cada risa se creaba un estereotipo de persona que, a través de imágenes, mostraba lo que se supone debería ser la clase social de cada una de ellas, los bienes que debería tener, el lugar donde debería vivir, los lugares que podría frecuentar, lo que debería usar, etc. Solo por la forma en que se escuchaba su risa¹.

¹ Meme acerca de la risa de “Un millonario vs un pobre” extraído de tiktok: <https://vt.tiktok.com/ZShCPTayW/><https://vt.tiktok.com/ZShCPTayW/>

(Imagen 23)

Algunas de las imágenes del video meme extraídas de TikTok, de la cuenta @sool.edith en la que desglosa imagen por imagen el ejemplo anterior



La indumentaria ha logrado ser la expresión más clara de las clases sociales y denota un papel importante en la relación entre los sujetos de una u otra clase, las distinciones se notan en los roles de los diferentes espacios de la sociedad, donde existen posturas dominantes y sumisas (basta con pensar en el trabajo como el espacio donde más se evidencia este tipo de relación de unos bajo las órdenes de otros) o como el contrario ser más semejantes. Esto me hace pensar en la actitud que toma nuestro cuerpo, cuando en diferentes espacios se enfrenta a un sinfín de acontecimientos. Recuerdo, por ejemplo, cuando estoy fuera de casa y mi cuerpo se siente alerta y en tensión caminando por las calles mientras leo a las personas que caminan cerca de mí, tiendo a mirar cómo van vestidos, su rostro y sus movimientos, pues tiendo a caer en el estigma de que una persona que tiene la apariencia de un habitante de calle o una persona que lleva una estética de ñero¹ (hablo de estética porque actualmente

¹ Acerca de estética ñera <https://lolitofashion.wordpress.com/2016/03/16/neros-a-la-moda/>

vestirse como “ñero” no hace parte del prejuicio que se tiene de ser malo, incorrecto y estar señalado por la sociedad, esta estética tiene significados y una historia diferente, fue parte de la moda, al ser una forma de vestir que adaptó el género musical del hip-hop y las culturas urbanas) pueda llegar a hacerme daño, o generarme un mal trago o trauma al atentar contra mí, debido a la inseguridad de las calles y lo que se escucha acerca de las experiencias peligrosas que vivieron en determinadas ocasiones los demás. A diferencia de los espacios donde existe cierta intimidad o cercanía de personas con las que se crea afinidad, compañeros de trabajo, amigos de estudio, de vida, vecinos, familia, donde nuestro cuerpo se puede sentir ligero y en confianza (al menos en la mayoría de los casos). Lo interesante está en que todo esto pasa leyendo cuerpos. La postura podríamos verla como expresión de lo que sentimos y nuestras personalidades, aunque no todos reaccionan igual y haya códigos generales que definen ciertas conductas según la posición del cuerpo, puede ser subjetiva.

La intención de hablar del cuerpo y la ropa más allá de su íntima relación, pensando en que de cada concepto se puede inferir del otro y que entre ellos se pueden moldear, poniéndolo como el cuerpo que viste la ropa o la ropa que envuelve el cuerpo, surge al querer darle sentido a algunas de las preguntas por las que inició esta investigación, en donde la primera respuesta, más bien espontánea, nació en el momento que quise entender el por qué estaba de moda usar una chaqueta de una persona que trabaja vendiendo Bonice, la gorra del trabajador de Telmex o la bufanda del cartel de Minutos que se ponía en el letrero de los puestos de trabajo ambulante de las calles de Bogotá, llegué a pensar que se debía a que “quienes” eran completamente ajenos a estos roles, querían experimentar (no sé con qué grado de conciencia) lo que representaba ser la persona que lleva ese uniforme día tras días, o ese reconocimiento a través del cuerpo, como si al usarlo buscasen personificarlo, no solo porque su cuerpo estaría bajo la tela de un uniforme que estuvo encima de la piel de esta otra persona -que además fue recorriendo su vida usando esta indumentaria como parte de su trabajo durante determinado tiempo- sino también porque espera darle un nuevo sentido al trasladarlo y verlo en prácticas totalmente distintas, por ejemplo, ver estos cuerpos uniformados en situaciones como una fiesta (no necesariamente de disfraces), que esto sea atractivo o no visualmente para las personas me genera algunas incomodidades, me hace creer que puede haber una burla detrás, si se revisa a profundidad.

De esta impresión suscitaron preguntas como ¿Qué sensación tendrá el cuerpo al adaptar este tipo de indumentaria?, ¿Cómo se ve a los ojos de los demás sobre todo de quienes trabajan con los uniformes?, Pero lo más importante que quería entrar a revisar era saber ¿Quiénes son estos “quienes”?, considerando que no es gratuito que todas estas insinuaciones vengan desde dos partes diferentes, por un lado, lo popular específicamente clase media-baja y por el otro la clase dominante, lo que me lleva a una pregunta mayor, ¿Qué concepto podría definir este fenómeno en el que este tipo de cosas populares solo se vuelven socialmente reconocidas cuando una clase dominante lo apropia? es decir, que este tipo de vestimenta que no se pensó en un principio con fines de moda, eran dados para ciertos trabajos

y su función era diferenciar a un trabajador, pensar esto como moda no había sido algo que se me pasara por la mente ni que hubiese visto antes, sin embargo cuando cierta parte de la población lo empieza a validar desde una estética diferente, es que se empieza a popularizar. Se me hizo absurdo intentar comprender cómo y cuándo lo aceptable es aceptable y lo demás no, según el gusto de “quienes” lo aprueban así.

Este fenómeno, empieza a tener una definición conceptual más clara, cuando una vez hablando por videollamada con mi mejor amigo, le cuento sobre lo que va mi proyecto y empezamos a desglosar el tema, él encuentra algunas similitudes entre lo que yo le digo y lo que él vio en alguna de sus clases mientras estuvo en la universidad, junto con nuestra experiencia mientras fuimos adolescentes, porque como ya lo había mencionado en mi archivo fotográfico, todos estos cambios de pensamiento, transformaciones de identidad, cuerpo y en este caso formas de vestir, se dieron gracias a los espacios que habitaba y las personas que frecuentaba, y con él fuimos cómplices en el desarrollo de cada uno de estos personajes que fuimos a través del tiempo. Durante la conversación, vagamente él me habla acerca de un concepto que más adelante profundicé, sobre la apropiación cultural, la cultura pop hegemónica, que tiene que ver precisamente con las tendencias populares de contextos marginados, de como son traídos y transformados por un ente dominante, haciendo que ciertos aspectos de lo que se considera popular lo apropien las clases altas o las industrias de poder, que redefinen estas tendencias que en un principio parecían ser “ordinarias” a legitimarlas y darles otros significados. Este planteamiento lo estudiaron autores como Stuart Hall (1984) quien define en tres partes lo que es lo popular:

Tomemos el significado más racional: las cosas que se califican de populares porque masas de personas las escuchan, las compran, las leen, las consumen y parecen disfrutarlas al máximo. Ésta es la definición «de mercado» o comercial del término [...] Ahora bien, si las formas y relaciones de las que depende la participación en esta clase de «cultura» suministrada comercialmente, son puramente manipuladoras y envilecidas, entonces las personas que las consumen y disfrutan están ellas mismas envilecidas por estas actividades o viven en un estado permanente de «falsa conciencia». (p. 5)

Culpa o no del capitalismo, es evidente que hay una diferenciación entre lo que consumen las diferentes clases sociales, decir que algo es popular, no considero que dependa del objeto como tal, sino del uso y sentido que se le empieza a dar y su reproducción. Esta elección de consumo no viene solo por estética ni es del todo arbitraria, depende también de que hay una serie de conocimientos y aprendizajes detrás de cada sujeto que lo lleva a tener ese tipo de elecciones. A parte de que la mayoría de las personas pertenezcan a la población obrera es de esperar que opten por este tipo de mercado que por lo general es “más económico y se ajusta a las necesidades”, expresiones como estas da cuenta de que en efecto hay un problema estructural de clases sociales debido al privilegio con el que otros no cuentan, no solo económico sino también intelectual.

Desde una perspectiva antropológica, Stuart (Hall (1984) también habla de la cultura popular vista desde la tradición y las costumbres afirmando que:

Se trata de la definición descriptiva. La cultura popular son todas aquellas cosas que «el pueblo» hace o ha hecho. Esto se acerca a una definición «antropológica» del término: la cultura, la movilidad, las costumbres y las tradiciones del «pueblo» [...] no podemos recoger en una sola categoría todas las cosas que hace «el pueblo», sin observar que la verdadera distinción analítica no surge de la lista misma—que es una categoría inerte de cosas y actividades—, sino de la oposición clave; el pueblo/no del pueblo. Es decir, el principio estructurador de «lo popular» en este sentido son las tensiones y las oposiciones entre lo que pertenece al dominio central de la cultura de élite o dominante y la cultura de la «periferia». (p. 6 y 7)

De acuerdo con la primera definición de la cultura popular, en esta se deja de un lado lo que anteriormente se mencionaba como mercado comercial, los objetos y el consumo de cosas materiales (De los cuales profundizaré más adelante ya que, además de tener un valor mercantil, estos poseen una carga simbólica y emocional que se da a partir de la experiencia en la que me gustaría profundizar), sin embargo, hay otras instituciones que se presentan de una manera más directa en la construcción de cultura. Las instituciones educativas, que a mi parecer se relaciona con la anterior definición y no hay por qué verlas por separado, primero porque si tiene que ver el gusto que se adquiere por algo, con el conocimiento que cada persona ha adquirido a lo largo de su vida, Bourdieu (1998) en su libro *La distinción: Criterios y Bases Sociales del Gusto*, nos pone en análisis algunas de las pruebas, donde demostraba como las personas de clase obrera o con poco conocimiento académico, en sus opiniones acerca de la percepción estética de algunas obras de arte, tipos de música, fotografías, pinturas, con diferentes propuestas de composiciones, en las cuales la mayoría hacía comentarios ordinarios, comunes o poniendo ejemplo de acuerdo a lo que veían de su día a día y muchos de ellos coincidían en las opiniones, pero a medida que el nivel de conocimiento avanzaba, el distanciamiento entre preferencias de las obras entre la clase obrera y las personas que adquirirían sus conocimientos empíricamente, estudiantes, profesores, empresarios, entre otros, era mayor, las intervenciones se expandían, las apreciaciones de las obras eran cada vez más complejas e incluso algunos de ellos hacían referencia a otros autores. El objetivo de este ejercicio era mostrar, como las estadísticas entre el capital escolar y el origen social, hace que se configuren las relaciones de dominio, ya que desde el conocimiento también se entiende cómo están reflejadas las clases sociales en cualquier espacio posible, desde los deportes, la música, la comida y el mismo cuerpo como medio de representación del privilegio, como lo sería creer que alguien esbelto, musculoso, estilizado, simple, con ciertas posturas, etc. Hace parte de un sector socio cultural específico, según en los juicios de valor que cada clase tiene de cada práctica, objeto o cosa. Este tipo de conocimiento se da primeramente en las instituciones escolares y educativas, son los espacios donde más se habla acerca de la historia, el patrimonio, las artes y esto es lo que configura el capital cultural, la cultura popular al estar a las afueras de este sistema legítimo termina siendo el campo que más cambios y usos por terceros ha tenido, mientras que sus prácticas culturales, su diario vivir y lo que aprenden de allí, tienen otro tipo de reconocimiento. Entonces, cuál sería la contestación de la cultura de la periferia, popular, baja, inferior, etc. que debería tener ante este tipo de competencia en la que se le lleva ventaja, si es que “debería” tener una contestación, pues al final las tradiciones, costumbres, cultura libre, experiencia del pueblo, son otro tipo de conocimiento adquirido desde y mediante la práctica y no solo desde

un hecho antiguo que se trasmite de generación en generación sino de acuerdo con Stuart Hall (1984) la forma en que la tradición vincula unos con otros y que de estas combinaciones no haya una posición fija ni un factor que afecte la tradición histórica. permite que puedan involucrarse prácticas y posiciones que adquieran nuevos significados, pertinencias y propósitos.

Si bien no hay una cultura popular autónoma, tampoco se puede esperar una subordinación total ante la cultura dominante. La cuestión está en saber que tan capaz es la clase media baja de llegar a reconocer este tipo de organización y como se configuran ellos mismos sobre esta realidad. En la tercera definición de lo popular en relación con la cultura, Stuart Hall (1984) dice:

La que contempla aquellas formas y actividades cuyas raíces estén en las condiciones sociales y materiales de determinadas clases; que hayan quedado incorporadas a tradiciones y prácticas populares. En este sentido, retiene lo que es valioso en la definición descriptiva. Pero continúa insistiendo en que lo esencial para la definición de la cultura popular son las relaciones que definen a la «cultura popular» en tensión continua (relación, influencia y antagonismo) con la cultura dominante. Es un concepto de la cultura que está polarizado alrededor de esta dialéctica cultural. Trata el dominio de las formas y actividades culturales como un campo que cambia constantemente. Luego examina las relaciones que de modo constante estructuran este campo en formaciones dominantes y subordinadas. Examina el proceso mediante el cual se articulan estas relaciones de dominación y subordinación. Las trata como proceso: el proceso por medio del cual algunas cosas se prefieren activamente con el fin de poder destronar otras. Tiene en su centro las cambiantes y desiguales relaciones de fuerza que definen el campo de la cultura; esto es, la cuestión de la lucha cultural y sus múltiples formas. Su foco principal de atención es la relación entre cultura y cuestiones de hegemonía. (p.7)

Plantear que existen prácticas culturales, es comprender también que habrá elementos contradictorios o inestables, pues su posición no va a ser siempre la misma, lo que fue hoy no será lo mismo que mañana, tampoco se espera hablar de una autenticidad por las mismas diferencias de sentido. Llevando un poco el conflicto cultural de elite versus la cultura popular, el escenario del vestir ayuda a comprender todas estas modelaciones, apropiaciones, adaptaciones e imposiciones que ha habido de una clase a otra y la respuesta de la otra en cuanto a la forma en cómo se suscribe, opone o reacciona a todas estas transformaciones.

La descripción de la cultura pop bajo la existencia de la cultura dominante le concierne lo que socialmente se considera ordinario, vulgar, mientras que a la otra se le atribuye, lo lujoso, fino, elegante, según los cuerpos que lo usen, así mismo la forma en que se reparten dentro de las clases altas y bajas la simbología de cada práctica. Pensemos en el siguiente ejemplo, recordemos este tipo de vestidos¹:

¹Fotografías extraídas de: https://www.traetela.com/blog/un-poco-de-historia-vestidos-de-primera-comunion/?srsltid=AfmBOoojKy_yieA-ztJS7P7be_pOIIp8PyhgEfQeQewRPLAegZbx1J



(Imagen 24, 25 y 26)

Fotografías extraídas de la página oficial de una tienda y blog de vestidos de primera comunión, bautizos y bodas, esta clase de vestidos es lo que se reconocería como un símbolo, ya que a pesar de las alteraciones que ha tenido a través de cada época, sigue estando vigente su sentido y significado, además de ser una de las tradiciones más antiguas de la historia.

Probablemente reconozcamos estos vestidos de una de las ceremonias más representativas de la religión, la primera comunión, bodas o bautizos, donde se utilizan estos delicados vestidos, exactamente en occidente, en la edad media, en los cuales el color, los detalles de los vestidos, el blanco en los niños debían ser un reflejo de la pureza e inocencia y la limpieza del alma que se presenta ante Dios, por otro lado en las futuras esposas, existían diferentes tipos de creencias o presagios referente al vestido como que entre más larga la cola, más duraría el matrimonio. Desde este tipo de eventos hay una distinción de clase que está marcada incluso desde la tela con la que se confecciona cada traje, siendo así la seda para la clase alta y el lino para el proletariado e incluso el nylon como una alternativa aún menor¹. A través del tiempo estos vestidos han tenido cambios más modernos debido a las adaptaciones culturales, manteniendo el mismo significado. Sin embargo, ahora las personas han sacado de esa exclusividad el uso de este tipo de vestidos, ahora es más normal ver ademanes de las personas experimentando con este tipo de trajes en la cotidianidad. No todo el mundo claro, pero sí que ahora es más usual ver en las calles o redes estilos así:

¹ Algunas fuentes informativas acerca de los vestidos en las bodas a través del tiempo <https://www.matrimonio.com.co/articulos/la-historia-del-vestido-de-novia-a-traves-del-tiempo--c5863>

Y primera comunión <https://carmy.es/historia-y-significado-de-la-vestimenta-de-comunion/>



(Imagen 27)

Fotografías extraídas de redes sociales de personas y marcas de diferentes ciudades de Colombia que adaptan y e influyen en este estilo de vestimenta.

Esta forma de vestir logra llamar la atención y comienzan a emerger este tipo de estilos, haciendo referencia a diferentes movimientos artísticos como el Rococó que se basa en la búsqueda de la delicadeza, elegancia, sensualidad y gracia que empieza a ser visto en el caso de Bogotá gracias a que diferentes sujetos, como la ya mencionada influencer, Emily León quién empieza a exponer a través de su personaje esta tendencia Rococó, o el Regency Core¹ que es una adaptación del estilo de la era de la Regencia inglesa, estuvo vigente entre los años 1811 a 1820, está marcado por un aire de realeza, es ornamental y maximalista. Aunque mundialmente este estilo llegó siendo influenciado por una serie de Netflix, funciona para entender el concepto de estilizar ya que esta tendencia se adaptó según el rumbo al que lo llevaban sus consumidores. Así mismo la recreación de outfits haciendo apología a seres fantásticos como las hadas, otros estilos como el coquette, todos teniendo en común este tipo de atuendos transparentes, delicados, vestidos largos, con detalles, etc. comienzan a hacerse más famosos en la cotidianidad, cuando se le adjuntan los conceptos del stylist o como recién se mencionó, estilizar, acción que se define por trata de mejorar, resaltando aún más lo que ya traes puesto, similar al Statement Piece² que hace referencia a un punto focal dentro de lo que se lleva puesto, puede ser una prenda o un accesorio que resalte dentro del outfit, no suele ser algo básico sino llamativo y suele verse de la siguiente manera (revisar imagen tercera categoría Statement Piece):

¹ Acerca del movimiento artístico Rococo: <https://historia-arte.com/movimientos/rococo>

Acerca del Regency core y su éxito gracias a la serie de Netflix The Bridgerton: <https://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/20210120/6185262/regencycore-moda-bridgerton-busquedas-informe-lyst.html>

² Hace referencia a una prenda o accesorio que es el punto focal del outfit, no suele tratarse de algo básico, sino por el contrario de algo que llame la atención <https://www.instagram.com/reel/DAO2fTByJNG/?igsh=aXF-5MWhuMDNtbDh3>

(Imagen 28)

Imágenes extraídas de las redes sociales de marcas de ropa de segunda e influencers de moda. Las primeras imágenes hacen referencia al concepto de stylist, son de un video donde de la Influencer de moda mexicana conocida como La Celestina, demuestra cual es la diferencia entre vestir y stylist, alterando un poco lo que lleva puesto para hacerlo más llamativo. Las siguientes fotos fueron extraídas del perfil de Instagram de Emily León, la Influencer de moda de Bogotá, quién es reconocida gracias a su distintiva ropa de vestir siguiendo el estilo Rococo, además de hacer contenido acerca de historia del arte a través de los objetos antiguos que encuentra y las prendas que usa. Por último, tenemos las imágenes extraídas de un video de la influencer de moda de Bogotá Paula Lovera y una publicación de la cuenta de Instagram de la tienda de ropa de segunda Fresh Class, donde nos acercan a lo que se refiere el concepto de Statement Piece, que es usar una prenda o accesorio que sobresalga en el outfit, en el caso de Paula el pantalón, en el caso de la modelo de Fresh Class su vestido que son diferentes a lo que se suele usar normalmente o son más extravagantes, al acompañar el atuendo con otras prendas elevan sus formas de vestir haciendo que causen impacto dándole el protagonismo a una de las prendas.

Stylist



Estilo rococo



Statement
pieces



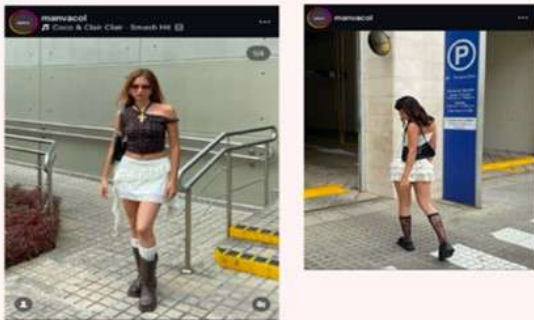
(Imagen 28)

Para mí lo interesante de cada una de estas manifestaciones es que todas estas traslaciones de ropa entre épocas me llegaron de manera muy cercana, de conocidos, de marcas locales sobre todo de Bogotá, de creadores de contenido alternativos y no de las elites. Gracias a esto conocí el término de la descolonización, el cuál desde mi análisis, tiene sentido esta práctica de cambiar todo lo referente a la moda como forma de reclamación a la modernidad y la participación de las personas dentro de esta corriente, esto ayudó a que empezara a resonar esta palabra en mí, queriendo involucrarme desde una postura más crítica en el tema de los modos de vestir.

En pleno auge de estas tendencias, como era más fácil acceder a este tipo opciones de vestido sobre todo en las marcas de ropa de segunda, empezó a ser más viral y a tener mayor demanda, las marcas locales independientes también comenzaron a involucrarse y a producir este tipo de moda y han sabido responder a este concepto romántico, provocativo y alusivo de lo religioso, quizá con alguna variante en su significado y no la que se propone institucionalmente por la iglesia, como mencionábamos anteriormente en la celebración de la primera comunión:



Kassroll

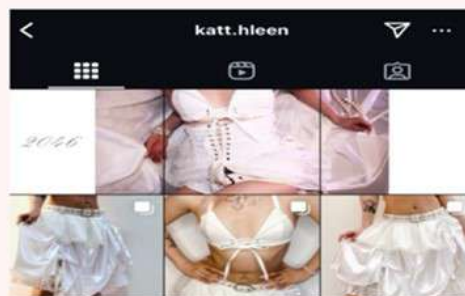


Manva

(Imagen 29)

Fotografías extraídas de las redes sociales y de las páginas oficiales de las marcas Kassroll, Manva, Kathleen y Guayaba Agría, de las últimas colecciones que han lanzado que se han adaptado a la demanda de las nuevas tendencias, teniendo en cuenta que la estética entre las marcas es diferente estas son sus propuestas a la moda del momento.

Katthleen



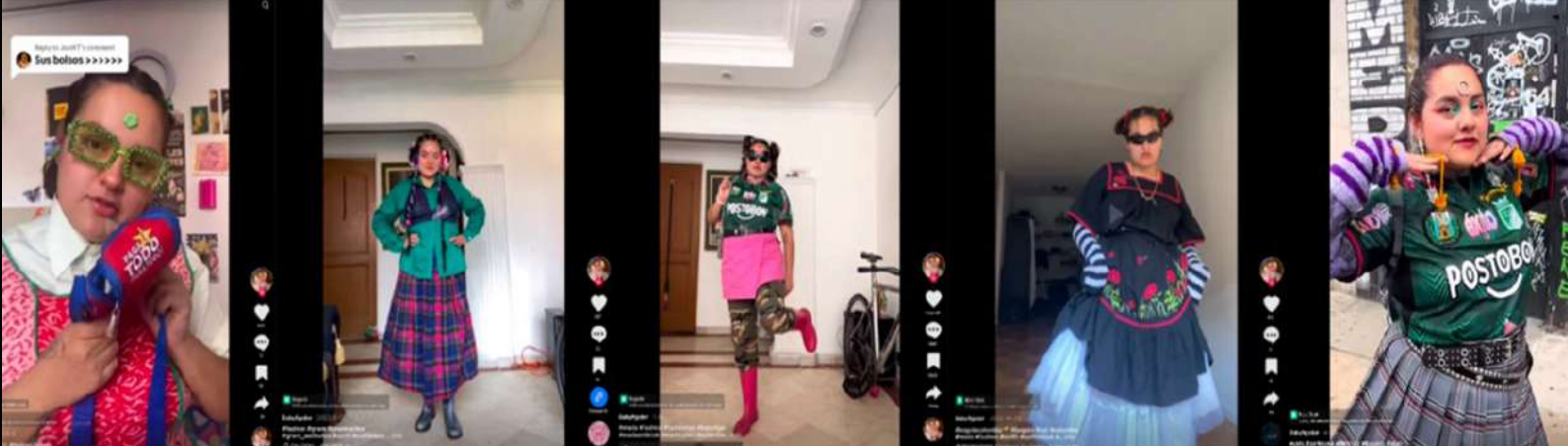
Guyaba agria

Seguidamente, llegaron nuevos términos que se acogieron rápidamente a este momento de las manifestaciones anti-moda y repensar el vestir, como alternativa a la moda elitista, como el caso del uglycore (últimamente todo lo que termina en Core), el balletcore, offi-ccore, blockecore, etc¹. que en épocas pasadas pudieron haber ser similares a la estética punk que desafiaban la estética estandarizada. El uglycore hace referencia a lo feo y lo raro. Según la redactora creativa Carolina González (2023) quien hace una crítica acerca de este estilo de la moda con relación a los cuerpos que la usan o “deberían usarlo” dice que:

Este estilo es interpretado de muchas maneras diferentes, que van desde los looks maximalistas con elementos de ironía, colores y estampados que no combinan, a looks minimalistas de faldas largas en tonos marrones y zapatos casi ortopédicos. El ugly-core puede ser experimental o no tanto, pero en última instancia se trata de vestir con prendas «poco favorecedoras», conjuntos poco armoniosos o que van intencionadamente en contra de lo que constituye una silueta o estética «deseable» y “atractiva” o incluso comercial.

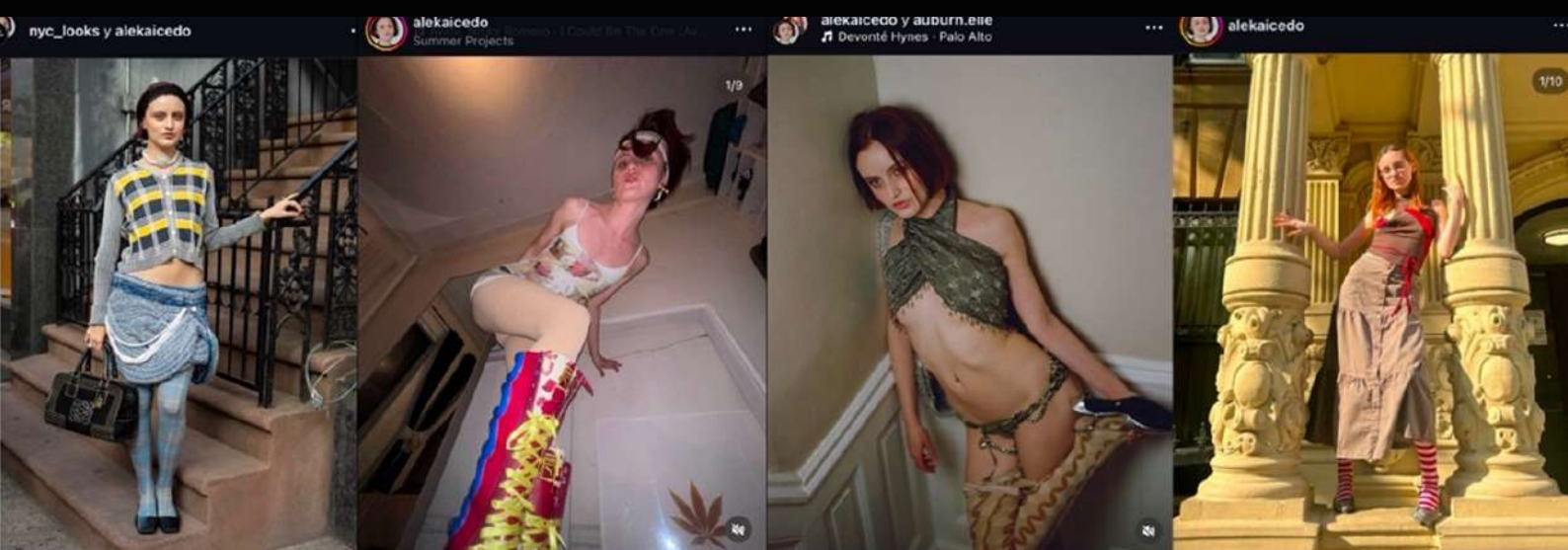
El uglycore desde una mirada social, cultural y política se presenta como un medio que desafía todo lo heteronormativo dentro de la moda, funciona bajo términos como Man Repeller (repelente de hombres) que busca ir en contra de todo lo que se espera del vestir de una mujer, como acentuar la figura, los colores que debe y no debe usar según su tipo de cuerpo, etc. Una de las creadoras de contenido colombianas, que apropia este estilo junto con el Trashcore es Babyfigo, al igual que la artista también colombiana Alejandra Caicedo, las dos residentes en NYC, muestran a través de sus redes y su trabajo la experimentación sobre estos modos de vestir, el impacto que ha tenido y como lo han adjudicado dentro del medio artístico:

1 Acerca de la definición de cada uno de estos estilos: <https://galio.cl/2023/12/27/top-10-tendencias-que-marcaron-el-2023/>



(Imagen 30)

Estas fotografías son capturas de los videos que Babyfigo tiene en sus redes sociales del contenido que hace, donde muestra cada una de las prendas y objetos, de donde los obtuvo, que suelen ser usados, de parte de su familia, de tiendas de segunda, de tiendas de barrio y similares, la forma en como los estiliza para crear y mantener su estilo.



(Imagen 31)

Fotografías extraídas de las redes sociales de Alejandra Caicedo, artista visual de Bogotá y creadora de la marca lacras, en las que se ha hecho reconocer por la experimentación de estilos, objetos y materiales, bajo el imaginario technofeminista de futuros mitológicos; se balancea entre las fronteras de lo sagrado y lo profano, lo arcaico, kitch, y cyborg.

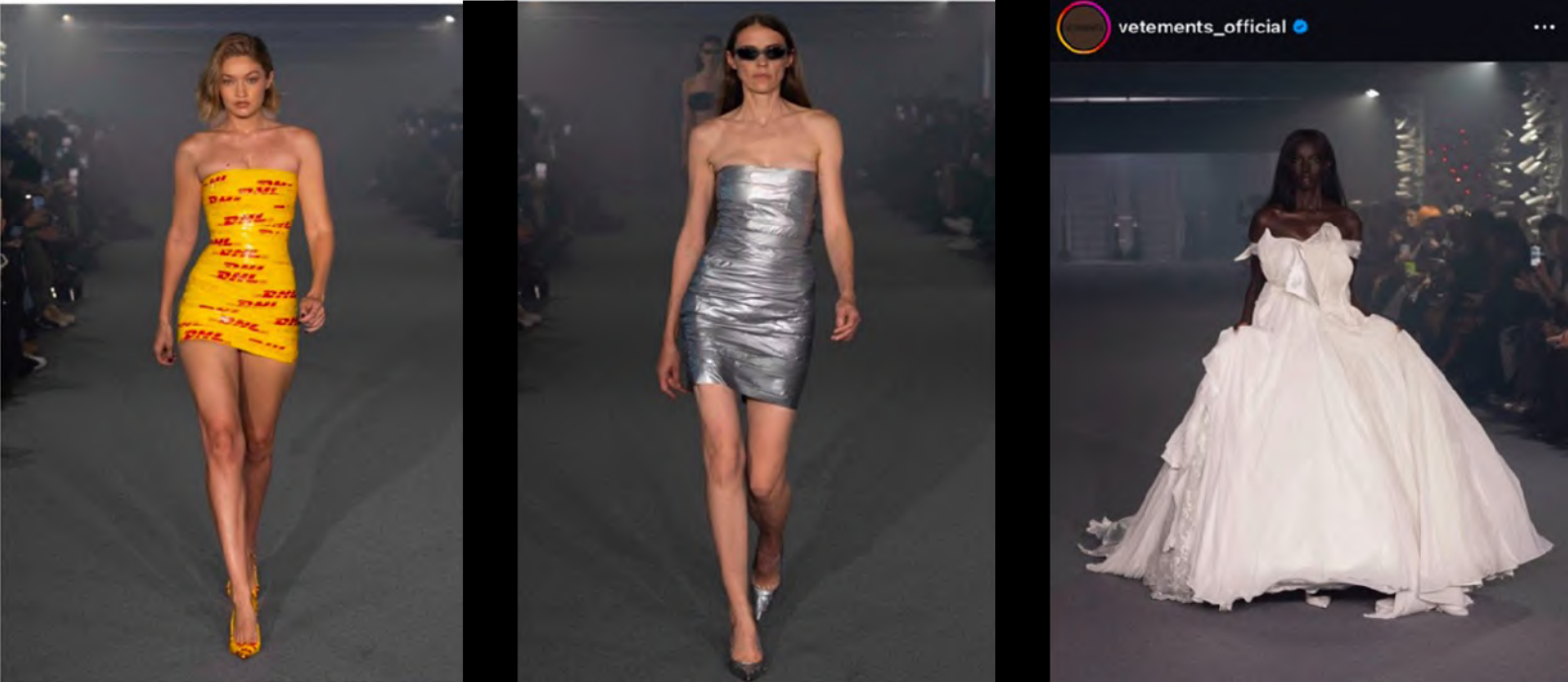


(Imagen 32)

Fotografías extraídas de las redes sociales de la marca de ropa LAKRAS fundada por Alejandra Caicedo en el 2018, quien lo siente como un laboratorio de prendas modificadas, tejidos retorcidos, piezas experienciales y objetos caprichosos. incorpora la liberación de fuerzas absurdas a través de intuiciones que dan como resultado amuletos mágicos únicos, también hace alusión a esta realidad no futura que incluye ficciones o personajes míticos que son amigos o representaciones de la vida misma. LAKRAS trasciende el estado efímero de las prendas y se manifiesta como algo digno de ser atesorado pero que al mismo tiempo puede ser olvidado... pero compartido. LAKRAS es una invitación a vivir el presente, a salir al mundo y preguntar ¿cómo puedo jugar con él?

Me llegó a parecer interesante la forma en como todas estas posibilidades chocan, o generan algo cuando no nos esperamos este tipo de propuestas, por ejemplo, en mi mente tengo una imagen clara cuando se me menciona el género musical vallenato, de alguien en la costa, cantándolo, con una cerveza, a no sé cuántos altos grados de calor, o algún artista representativo del género, pero luego veo a una exponente de la moda “rara” y “fea” reuniendo, el fútbol colombiano, el vallenato, el maximalismo en las calles de New York¹. Al principio parece surreal, hasta que te acostumbras, se normaliza y decepciona, y no lo digo por el contenido de las creadoras colombianas, que me parece exquisito, sino cuando estas demostraciones llegan a las grandes marcas, figuras dentro de la elite y los medios que lo apropian, haciendo que estas propuestas dejen de ser un medio en contra de, para volverse en la mayor tendencia global. Esto es algo que las marcas saben aprovechar muy bien, si tenemos en cuenta todos los referentes mencionados anteriormente, los cuales han tenido un nivel de popularidad y expansión amplia, que es lo que lleva a las creadoras a la viralidad y a tener una herramienta potencial para expresar algo, sin embargo, se reduce cuando la elite lo apropia, lo produce y le gana sin ninguna intención más allá de la lucrativa. Todo lo que empiece con una propuesta diferente es arrebatado, transformado e impuesto al público nuevamente dejando a algunos excluidos. A esto me refiero por ejemplo cuando las grandes marcas de ropa, sacan al mercado su versión de lo que ya se estaba trabajando con otras dinámicas y discursos que ellos también adoptan, pero la idea ahora te la venden al triple de lo que otras propuestas intentaban hacer, no solo al triple de producción, sino de precios y todas estas posibilidades de actuación quedan enmarcadas otra vez dentro de “lo exclusivo”, o tal vez nunca salieron de ahí y nosotros solo estamos escabulléndonos por las ramas buscando una interacción con esa exclusividad.... o no y, por el contrario, si hay nuevas y mejores intenciones a través de la moda y todo lo que viene detrás de ella, desde perspectivas sociales, culturales, económicas y políticas.

1 Video extraído de las redes sociales de babyfigo que se describe en el párrafo: <https://vm.tiktok.com/ZMhntggCW/>



(Imagen 33)

Fotografías extraídas de la revista digital NEO2 acerca del show final S/S25 de Vetements, quienes describen el espectáculo como guiños de diseño familiares para plantear nuevas preguntas sobre el panorama actual del lujo y consumismo. Es más, las prendas de esta ropa se han dejado sin rematar cuidadosamente para burlarse de estos nuevos hábitos de consumo.



(Imagen 34)

Imágenes extraídas de la página oficial de Balenciaga, las cuales fueron criticadas en redes por sus costosos precios en relación con lo que estaban ofreciendo, como bolsas que suelen utilizarse para mercar, medias veladas rotas o tenis en un estado de suciedad y desgaste, los espectadores incluso creían que era una especie de experimento social, sacando memes al respecto ya que no se trataba de un experimento, sino era la colección que sacaba en la marca en relación con lo que se estaba volviendo tendencia en ese momento.



(Imagen 35)

Imágenes extraídas de internet y redes sociales de marcas que aprovecharon el auge de estos estilos como Adidas, New Balance, Louis Vuitton que se venían produciendo como moda alternativa a la fast fashion presentes en estilos como el uglycore, las cuales adaptaron para ponerlas en el mercado a costos elevados además de hiper reproducirlas como Shein o Cider.

Teniendo cuenta lo que dice Stuart Hall (1984) acerca de “Las industrias culturales al tener el poder de cambiar, adaptar y reconfigurar mediante la repetición y la selección, imponer definiciones de nosotros mismos que se ajusten a las descripciones de las culturas dominantes” (p.5). Podemos reducir la moda a ese ciclo en donde la gente se inspira de lo que pasa en las masas para llevarlo a las elites, y bueno, alguien podría decir estos son solo estilos, no es grave, llegaran nuevos y pasará lo mismo, en efecto puede que no lo sea, porque desde la antigüedad lo tenemos normalizado, que las relaciones de poder funcionen desde este aprovechamiento de privilegio. Me pregunto entonces ¿Qué tanto puede apropiarse la industria de las masas y con qué derecho? Porque se han evidenciado situaciones donde ya no se trata coger algo y volverlo aesthetic y ponerlo en tendencia sino pasa a ser un tipo de violencia hacia otros cuerpos y me opongo a pensar que la moda sistemáticamente lo hace y se le permite hacerlo.

Volvamos a unos años atrás, en el 2015, cuando fue conocida la noticia de que una de las editoras de Vogue Elisabeth Von Thurn und Taxis, quién casi pierde su trabajo por haberle tomado la foto a un habitante de calle mientras leía una de las revistas de la marca, a esta escena ella se refirió como algo sorprendente e inesperado ver los lugares a donde la moda puede llegar, sin embargo, los espectadores vieron la foto como de mal gusto, insípida, indignante e hicieron comentarios de esa misma índole, hasta el punto de que ella decide borrar la imagen y además pedir disculpas por lo que su foto había causado, expresando que para ella esta persona era igual de digna que cualquier otra¹.



(Imagen 36)

Imagen extraída de la revista The Guardian, en la que se habla acerca de la noticia de la editora Elisabeth Von Thurn und Taxi

¹ Noticia de la editora en jefe de Vogue Elisabeth Von Thurn und Taxis: [HYPERLINK "https://www.theguardian.com/media/2015/mar/09/vogue-editor-instagram-photo-homeless-woman"](https://www.theguardian.com/media/2015/mar/09/vogue-editor-instagram-photo-homeless-woman) <https://www.theguardian.com/media/2015/mar/09/vogue-editor-instagram-photo-homeless-woman>

Tal vez lo que le incomoda a las personas fue que expusieran la precariedad que algunas personas viven, tal vez lo vieron como una falta de respeto a la moda, o como un acto mal visto al querer romantizar esta realidad, quizá al no ser muy común esta clase de publicaciones dio mucho de qué hablar. Lo que 9 años atrás fue un escándalo de mal gusto, que pudo haber sido una acción sin malas intenciones, sino haber captado un momento de manera genuina e inconsciente del poder de la imagen (quisiera pensar yo que fue así sin entrar a asegurar nada al respecto) hoy en día se ha venido normalizando, hasta el punto que cruza la línea de la crueldad y el cinismo, como lo es llegar a romantizar las condiciones sobre todo desfavorables que tiene cierta parte de la población, en este caso un habitante de calle. A esto me refiero como en esta nueva era, ya es más común escuchar el termino *homeless aesthetic* u *outfit homeless*, aludiendo a vestirse con ropa ancha, holgada y que se vea desgastada como algo característico de los habitantes de calle. Una cosa es verse influenciado y decidir usar ropa ancha u *Oversize*, inclinarse por ciertos estilos por múltiples razones o simple gusto, a llegar a reducir esta intención a algo tan complejo como lo son las condiciones de estas personas y más cuando el fin de esta práctica es meramente estética y superficial, como postear en redes esta “forma de vestir” como algo innovador o gracioso.

Una reacción parecida, de inconformidad, fue la que tuve al ver como las marcas creadoras y el campo de la moda en general, empezaba hacer lo mismo con los vendedores ambulantes y trabajos de clase obrera, el aprovechar la desgracia de otros en beneficio propio. Aclaro que, en este apartado, hablo a partir de percepciones que tuve al ver estas representaciones y lo que causaron en mí, por ello se me hace importante traerlo y ponerlo es cuestión aquí, para que el lector también problematice desde su punto de vista, porque quizá hay algo que yo desconozco o que no me esté permitiendo entender estas formas de ser.



(Imagen 37)

Esas imágenes fueron extraídas del contenido de cada una de las personas, Juliana Vargas, la diseñadora que sacó a la venta las bufandas con el diseño de fotocopias, Mayra Herrera, Eddie o @bolsitaebasura y @Davidbedova, usuarios de TikTok y X, consumidores de este tipo de prendas, Emily león influidor de moda y Fresh Class marca de ropa de segunda, en sus redes sociales y paginas oficiales como en el caso de las tiendas.

En estas situaciones, por ejemplo, vemos como personas ajenas a estas labores, de las que se puede deducir que tienen una mejor calidad de vida, adaptan de manera burlesca, lo que representa ser un trabajador de este tipo, reduciéndolo a un disfraz y la personificación de algo gracioso. Por otro lado, están las marcas y las personas que aprovechan el boom de la situación y ven en estas formas de prácticas una oportunidad y, por último, quienes apropian cada polémica para hacer la suya con fines de fama, como lo fue la polémica de Emily León al hacer un video paródico de lo que sería usar un outfit para ir a buscar a una persona secuestrada por cuestiones políticas. Dentro de todas estas insinuaciones paródicas, cuesta mucho entender el chiste cuando se conoce la otra cara de la situación, en caso de los trabajadores de Bonice o Vive 100, que son personas generalmente de edades mayores, que recurren a este tipo de trabajos como una de las únicas posibilidades que tiene para sobrevivir a su vejez y que dentro del mismo se han tenido que resistir a la explotación laboral y abusos por parte de la multinacional con la que trabajan, o en el caso de los vendedores informales, la exposición diaria a las calles, las largas horas de trabajo, el rechazo de algunos transeúntes cansados de la invasión del espacio público, el desalojo y los derechos por los que luchan a diario y como último punto de vista dentro de estos sucesos¹, cuesta comprender con qué intención, quizá buscar polémica, o fama como mínimo a través de estos actos, en los que tiene tanta relevancia un hecho que hasta su lado de humor emerge y encontramos expresiones y opiniones enunciados a partir de los memes, volviendo al ejemplo de la influencer Emily León en cuál hace un “outfit para rescatar al papá de Luis Díaz” que se viralizo por la forma en la iba vestida (una camisa de futbol con encaje, (Revisar imagen 36, foto 7) la forma en la que dispone su cuerpo y lo que dice expresando su tristeza por lo sucedido parece ser paródica, tal vez tiene un mensaje oculto dentro de su personaje que se tendría que analizar más a detalle (si comparamos con sus otros contenidos en los que parece, contrasta eventos y objetos desde una perspectiva más pedagógica e histórica), pero para ser una publicación que no va a hacer estudiada por las miles de personas que congeniaron con el video, se evidencia un aprovechamiento de la situación, que no pienso que sea errónea, sin embargo carece de empatía, como muchos de los hechos anteriormente situados aquí. Tampoco se trata de estar en una desgracia para poder hablar de ella, pero si por lo menos tener una cercanía cuidadosa cuando se habla de problemáticas que necesitan voces que se escuchen y con las que se pueda entrar a dialogar, por ejemplo, siguiendo el hilo del futbol, los intercambios de opiniones y disputas que se han generado a través de este deporte y prendas de vestir desde lo hiper femenino, que problematiza y da de que hablar desde las diferentes opiniones del género.

Siento que abordar estos temas está bien siempre y cuando se haga desde el respeto, porque de cierto modo es aterrador ver con que facilidad se dejan entrar

¹ Desarrollo completo de las noticias mencionadas sobre los vendedores ambulantes e informales.

- Trabajadores de Bonice y Vive 100: <https://www.infobae.com/colombia/2024/04/23/ministra-de-trabajo-cita-a-reunion-para-analizar-denuncias-de-explotacion-laboral-a-trabajadores-de-bonice-y-vive-100/>
- Trabajadores sobre vendedores ambulantes: <https://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/vendedores-ambulantes-en-colombia-entre-la-invasion-del-espacio-publico-y-el-derecho-al-trabajo-3396073>
- Noticia del secuestro del papá de Luis Díaz <https://www.bbc.com/mundo/articles/c0kxr4ek7jvo#:~:text=ELN%20confirma%20secuestro%20del%20padre,liberar%C3%A1%20%22en%20las%20pr%C3%B3ximas%20horas%22&text=El%20grupo%20guerrillero%20colombiano%20ELN,futbolista%20del%20Liverpool%20Luis%20D%C3%ADaz>

Video de tiktok polémico de Emily León: <https://vm.tiktok.com/ZMhWQQ8H2/>

este tipo de discursos que tienden a sobrepasarse y ser discriminatorios. A veces la expresión “dar visibilidad” a algo, parece ser usada deliberadamente y termina actuando como una expresión de burla. Vale la pena cuestionarse ¿Dónde queda el criterio para saber que se toma y que no de las tendencias? Al igual que pasar por alto los “errores” de los personajes que se escudan bajo estas “narrativas de moda” que dejan mucho que desear, aportan poco, pero que se propagan rápido, como dicen por ahí ¿Cuáles son los sujetos a los que estamos haciendo famosos?

La multiculturalidad nos ha permitido poder ver, interactuar y experimentar con nuevas perspectivas y modos de ser y en las formas de vestir ha dejado casi que un camino libre para hacerlo y aunque sea válido hay que saber enunciarlo y como lo dije en el inicio de este párrafo desde el respeto y la prudencia.

Trayendo a colación la reflexión que hacía Stuart hall (2010) frente a como nos posicionamos frente a las tensiones y luchas culturales, que adoptan numerosas formas como la incorporación, tergiversación, resistencia, negociación, recuperación para los nuevos valores del mañana. Es algo con lo que se lidia día a día, como estar en constante conflicto interno al cuestionarnos entre lo que nos parece mal y lo que nos parece bien, como actuaríamos ante tal situación, como depurar esas cosas que no nos representan o gustan y sobre todo, como fortalecer el criterio autónomo y de sociedad, que nos permita diferenciar como podríamos actuar ante un hecho que no nos parece o al contrario, del que si nos interesa hablar y de qué formas podemos hacerlo, ya que el lenguaje que utilizamos y como lo expresamos es fundamental para la construcción de significados y símbolos en cualquier contexto social, sea desde la moda, el arte, las ciencias, etc

CAPÍTULO IV:

Mi Casa Vestida

Mi Casa Vestida: Objetos que salen, pero no olvidan

“los objetos de arte son aquellos que eligen
volver a convertirse en sentimientos,
mientras que los objetos de ciencia
son aquéllos que prefieren
transformarse en mercancía.
Ahí está la diferencia”.

-Fernández P.

Previamente para tomar una decisión hay diversas influencias que nos llevan a esa-determinación final. Así como cuando pensamos en qué elegir al preparamos para un evento, para una cita, trabajo o un día rutinario. En el momento que somos conscientes

de poder escoger lo que queremos llevar puesto, tenemos un sinfín de posibilidades, referentes, imágenes, medios, que nos van encaminando a elegir ese estilo que queremos adaptar en nuestro cuerpo, claro, esto es algo que se va dando con el tiempo y lo que se guarda o colecciona (ropa y accesorios) durante este, es lo que podríamos decir, tiene influencia de lo que hemos apropiado del exterior. Como lo he expuesto a medida que avanza el texto, generalmente estos referentes vienen de tendencias globales y masivas, de ese afuera que nos llama tanto y todo el tiempo, pero que de alguna manera está condicionado, compuesto o impuesto por otros entes, esto tiende a alejarse de la popularidad y la cotidianidad a la que muchos pertenecemos. Y como parte de este proyecto es dejarle espacio a todas las preguntas que se van generando en el paso, me pregunto ¿Qué pasaría si las imágenes que apropiamos de nuestro entorno son con las que estamos íntimamente en diálogo casi que todos los días? Es decir, si antes de mirar hacia fuera miramos hacia adentro, a lo que a veces damos por sentado, por el hecho de que siempre ha estado allí existiendo a nuestro lado. De esta premisa, nace la idea de crear *Mi Casa Vestida* la cual busca experiencia a través de objetos que son tradicionales o más bien que la gente reconoce al verlos porque están en la mayoría de los hogares populares de Bogotá, pero más aún en mi propia casa, donde crecí y viví toda mi niñez, donde los veía a diario y no supe cómo llegaron a mi casa o al contrario porque llegaron debido a razones más especiales, como los recuerdos de los viajes, de las fiestas de 15, matrimonios, las decoraciones en diciembre como las espigas adornadas que traíamos a la casa, creyendo en los augurios, con el fin de tener un año lleno de abundancia, etc. que pasaron hacer parte del embellecimiento de mi hogar y que nos acompañaron por un largo tiempo, a mí, a mi familia y probablemente a otras casas, con otras personas que al igual que nosotros en algún momento pensaron, “esto se vería bien en la casa”. Imaginemos lo que sería vestirnos de nuestro hogar, como sería llevar todos estos objetos en la ropa y en la forma que

vestimos, portar nuestra casa y todo lo que nos identifica como familia, el barrio y lo que nos identifica como vecinos, el trabajo y lo que pasa en la vida misma que nos identifica como comunidad. Que las prendas que adaptamos a nuestro cuerpo sean las cosas con las que hemos tenido una experiencia “real”.

Al empezar con el ejercicio de evocación, que se centraba en los objetos cotidianos del lugar en el que crecí, me pareció importante empezar por el objeto más grande todos, la casa, según el autor Bachelar, P. (1994) la casa es como nuestro primer universo y el lugar donde empieza la experiencia del ser, en sus habitaciones se sueña y en sus objetos se guarda memoria. La casa es una extensión del alma y un espejo silencioso de nuestras emociones, nuestro refugio (pp. 28-30). Más allá de un espacio físico, la casa es una experiencia poética del mundo en el que habita el cuerpo, los recuerdos, los gestos más genuinos y cotidianos, los sueños más profundos y por qué no una manera más libre de ser. Cada rincón esta adornado con algún objeto que al igual que nuestro cuerpo empieza habitar este espacio y a generar un valor simbólico, estas primeras imágenes se convierten en un escenario donde se proyectan nuestra identidad, deseos y afectos.

Pensar en mi casa y todos los elementos que de alguna manera la decoraban, me hizo contemplar mi cuerpo como una casa que también es embellecida por la ropa y los accesorios y que al igual que este espacio físico que ve lo que somos y en lo que nos vamos transformando también revela, resguarda y reinventa. pensar la casa a través de Bachelard es también una invitación a pensar el cuerpo, la identidad y la moda desde una sensibilidad poética, desde una pedagogía del habitar que no se reduce a la utilidad, sino que valora la profundidad simbólica, el cuidado de sí y el deseo de significar. En un mundo saturado de imágenes, volver a la casa puede ser un gesto radical de escucha, de reconexión, de creación de sentido.

Si bien este capítulo se transita desde un lado

muy emocional, ya que abre el archivo y se sumerge en el intentando recordar un espacio que me vio crecer, pelear, jugar, llorar, cambiar, etc. Hoy al vestir cada uno de estos objetos, se siente la nostalgia de volver a escuchar el pasado. Sin embargo, más allá del recuerdo íntimo, cada objeto se revela como una imagen cargada de sentidos estéticos y políticos: lo que alguna vez fue simplemente funcional o decorativo, hoy interpela desde su forma, su materialidad y su historia. Estos objetos no solo adornan o evocan; actúan como dispositivos visuales que narran desigualdades, revelan estructuras de clase, exponen construcciones de género y registran afectos que el mercado no supo nombrar, además de ser un contexto que se acogió a una identidad impuesta, que apropio cada uno de estos objetos para resignificarlos, después de un acto colonizador. Al transformarse en vestuario, se convierten en archivos portátiles de memoria y resistencia, en imágenes encarnadas que nos permiten repensar cómo habitamos el cuerpo, el hogar y el territorio. Reconocer su potencia como imagen simbólica es, entonces, una manera de dignificar lo que durante mucho tiempo fue considerado insignificante.

Para acompañar esta idea de los accesorios o la ornamentación como lo que se necesita para elevar una pinta dentro de los modos de vestir, en este capítulo vamos a entenderlos como objetos y cosas porque son los elementos que dispondré para esta creación. Por ello, vamos a hablar más profundamente del significado de los objetos y como guía voy a aludir a Fernández, P. (2003) quien define los objetos como “aquella parte de la realidad que no tiene nombre.” considerando el ejemplo de la silla, que menciona el autor en su libro *Los Objetos y Esas Cosas*, a pesar de que se puede caracterizar este elemento, como objeto, enumerar sus características, describir su apariencia, nunca se podrá decir lo que es ser una silla. De igual forma dice que los objetos son “objetos porque objetan, porque ponen objeciones; esto es, que se ponen enfrente de uno y lo confrontan, le oponen resistencia, sea para cruzar a través

de ellos, para utilizarlos o para comprenderlos. Todos los objetos son un misterio” (p.8).

En realidad, si hablamos de un objeto de manera física, se reduce a un sentido material y funcional, pero a partir de la función del objeto y la relación de quien la acciona o la admira, se generan distintas percepciones que salen de esta definición material para generar unas más profundas. Esto lo explica el autor en la introducción del libro, cuando habla de las cosas que no importan, lo lejano, que en realidad sería cualquier objeto que se ve desde una mirada física o como él lo llama, un objeto con contornos definidos, de los que se puede precisar en donde empieza y acaba, estos se descomponen dentro de sus componentes, se intercambian, de hecho el nombre del objeto solo lo diferencia del resto de las cosas sin hacerlo especial porque así como una silla, es solo una silla hay miles de ellas, son objetos que no son irrelevantes, son mercancías. Mientras que del otro lado están los objetos cercanos, estos que ya no tienen sus contornos definidos, por el contrario, empiezan a ablandarse y a tener una relación con los otros objetos y a interferir con nosotros mismos, por ejemplo, el objeto que nos recuerda a un ser querido así hayan muchas sillas, (volviendo al ejemplo de la representación de la silla), si la usaba una abuelita que ya no está, esa silla siempre va a tener un afecto, habrá alguien que la verá y la sentirá de una forma particular y será diferente a las demás. Son el tipo de cosas a las que les damos un valor sentimental, el objeto aquí ya no opera como una mercancía, sino que ya hay una conexión entre el objeto, la persona e incluso el espacio. (p. 12).

Esta reflexión en efecto me hace pensar en todos los objetos con los que tal vez nunca cree un vínculo de manera consciente, sin embargo, al anhelarlo ahora, ha de ser porque hay una extrañeza de lo que tenía en ese entonces y que ahora mismo ya no lo tengo ante a mí. A muchas de estas cosas, las recuerdo, precisamente porque están conectadas con las personas, espacio y momentos vividos que guardo

con mucho aprecio en mi memoria. Ahora, ¿Puedo yo, darle un valor sentimental a algo de lo que no fui consciente sino hasta cuando ya no lo tuve más? De eso se trata el extrañar creería yo, pienso que de esto deviene un poco el querer hacer las paces con algo que yo no sabía que necesitaba, el pasado, porque ha habido tantos acontecimientos que pasan a través del tiempo, que hacen que nos vayamos construyendo como personas pero que al mismo tiempo aviva la sensación de querer volver atrás, en mi caso de enaltecer y en cierta medida agradecer a “las cosas” que en su momento estuvieron viéndome mientras yo intentaba ser algo, en cuanto a cosas también me refiero a las personas, que de acuerdo al texto, no se entienden únicamente como materia, sino como el valor que le doy según la relación que tengo con ellas, en este contexto desde el amor. Esta sensación, me deja en claro por qué quiero entrar a hablar desde los objetos que una vez me vieron crecer sin yo darme cuenta, porque al querer alcanzar las cosas de fuera (que al final hace parte del ciclo de la vida estar en ese afuera, sin importar cuán contaminado esté), siento como si hubiera dejado pasar tantas cosas en mi vida que añoro recuperar un vínculo con mi casa, las cosas que estaban dentro, mi rol en ella, etc y la mejor forma en la que he sabido hablar y acercarme a la comprensión de conflictos internos como la identidad, los roles sociales, la vida misma, ha sido a través de la ropa y como la ropa y los objetos (accesorios) comparten una historia en común quise explorar más a fondo esta parte cositera.

Profundicemos entonces en lo que son los objetos sentimentales, teniendo en cuenta a Fernández, P. (2003) No hay objetos lejanos ni cercanos sino objetos desde dentro, los que lo envuelven a uno para que pasemos hacer parte del el, el autor que recurre a la Psicología de la Gestalt, a la que considera es la psicología más interesante del siglo XX, afirma que “cuando no se puede localizar la fuente de un estímulo uno cree que la fuente viene de uno mismo: cuando no se sabe de dónde viene la música, uno cree que la música la trae por dentro.”

Esto quiere decir que lo que percibimos de las cosas, es lo que se convierte en una sensación interior. Si un objeto no acontece en nosotros, se convierte en un objeto lejano, al ni siquiera nosotros habernos percatado de él. En palabras del autor, “el perceptor no percibe, sino siente: la percepción de las cosas se transforma en sensación interior. La sensación es la percepción de objetos que carecen de contornos”. (p.15).

Cuando pensé en Mi Casa Vestida, me imaginaba un ropero lleno de los objetos de la casa que aún recordaba, estos me trasladaban a la casa de mi abuela. Me pareció graciosa la idea de pensar de cómo sería llevar esos objetos en la ropa, así, muy literal y a medida que insistía en esta idea surgieron unas cuantas más que la iban complementando, por ejemplo, cuál sería el resultado de hacer una colección de ropa basada en mi casa, ya no se trataba de transitar los objetos desde la intangibilidad sino a vestirme con lo que más me identificaba de esa casa o casas porque a final de cuentas, mientras yo crecía, el hogar también cambiaba su estructura y lugar al mismo tiempo que nuevos espacios se sumaban a esa transformación. Primero tuve que pensar bien en los objetos y fue aquí donde empezó mi proceso curatorial, cuáles objetos y por qué.

¿Cuál es el sentimiento que yo tengo respecto a mi casa y los objetos en ella? Primero, tuve que pensar la casa como el objeto más grande que dentro de si tiene muchos más y que mi sentir a cada una de estas cosas también es un objeto, además de que era el espacio contenedor de lazos afectivos, íntimo y de seguridad. En palabras de Fernández P. (2003) “Los sentimientos son objetos atmosféricos, son como la neblina o alguna estación como el otoño que se siente en el aire”. Si yo resolviera mi preocupación por mi identidad, por mi casa, por la ropa, mi sentimiento pasaría a ser un objeto limitado de acuerdo con el pensamiento el autor, habré desencantado la magia de todas las cosas en cuestión al querer resolver una investigación sobre mí misma, algo que de por si suena imposible.

Pero cuando pienso en que la casa es la que nos permite ser de manera mucho más intimidada a cualquier otro espacio, porque ha sido el lugar que, en mi caso, me ha visto vulnerable, espontánea, fingiendo y construyendo diferentes personalidades, ha escuchado y visto mis secretos y que mientras siga existiendo ese sitio al que le pueda llamar hogar, esto no va a dejar de ser, los sentimientos que de este lugar florezcan nunca van a estar realmente limitados, ni contorneados, sino que se irán moldeando.

Tal vez no este recordando ni el 80% de objetos que han habitado conmigo, porque no todos los objetos han tenido el mismo efecto que otros al sentirse en el lugar, una de las afirmaciones que hace el autor es que un objeto debe hacerse notar, mostrar algún signo de movimiento que rectifique su existencia, si no lo veo, se desaparece:

Objetos quietos no son objetos. En el caso de la percepción, su desaparición se conoce como “fatiga perceptual”, mero acostumbramiento, y se da cuando un sonido, un olor, se mantiene estable y se convierte en inexistente de tanto mantenerse, y termina por no ser oído u olido; deja de ser figura y se vuelve fondo. Es lo que en los oficios le llaman “ceguera de taller”, que puede consistir en un vidrio roto al que ya todo el mundo se acostumbró y ya nadie se da cuenta de que está roto, hasta que llega un nuevo aprendiz que pregunta si cambia el vidrio. Así como un vidrio roto debiera crujir de vez en cuando para que lo noten, así los sentimientos deben tener variaciones o intermitencias para estar presentes. (p. 22)

En ese sentido, es cierto que algunos objetos hacen más ruido que otros según la percepción de cada persona, para la creación de mi casa vestida, en efecto se tuvieron en cuenta los objetos que me generan una sensación de cercanía, de nostalgia, curiosidad, recelo y anhelo de lo que fueron esos años y otros objetos que han trascendido el espacio de mi casa a convertirse en símbolos culturales de la sociedad, sobre todo la popular.

El Cuerpo Como Casa:

En esta categoría se habla a partir de habitar la memoria, se exploran los objetos que construyen el hogar como un refugio emocional y afectivo. Me gustaría pensar que cosas tan cotidianas como estas, son extensiones el cuerpo que nos vio crecer.



Los armarios de madera, lleno de detalles con relieve, de flores, con la manija de algún metal tallado con la que se abre cada cajón, cafés, grandes y espaciosos, con espejo integrado y puertas que rechinaban al abrirlas y cerrarlas, el museo de cosas que tenían dentro los armarios y que hoy en día sigue siendo un poco igual, guarda el dinero, los disfraces, los vestidos elegantes, la ropa normal, secretillos, fotos, documentos, recibos, la tesorería de una casa la tiene el armario, en mi caso recuerdo tener un cajón destinado a todos los retazos de tela que encontraba por allí, para poder hacerle ropa a mis muñecas, me tomaba horas coser tantas cosas, creo que en esta práctica desarrolle un nivel de paciencia muy alto... en fin, el armario, que lugar tan increíble. Me viene a la memoria ver como en cada cuarto de la casa a medida que pasaban los años, los armarios cambiaban siendo más minimalistas como los de ahora incluso la palabra de armario dejo de usarse en mi casa y fue reemplazada por “closet”, sin embargo fue hasta muchas generaciones después que mi abuela se deshizo del de ella, no sé dónde lo habrá dejado o que habrá pasado con él, las ultimas veces que la visitaba ya eran nuevos objetos los que habitaban la casa, entre perdidas, llegadas e idas de personas el espacio va cambiando.

Entre los objetos que son mayor vistos en diciembre, las cajas de lata para las galletas que meses después son reutilizadas como otros cofres para guardar objetos como los hilos, cartas, otras joyas, etc. Siempre me han causado fascinación las cajas de latas pequeñas, solo de grande las he coleccionado un poco y las lleno de dijes como los hacía mi mamá y mi abuela. las cajas de latas pequeñas, solo de grande las he coleccionado un poco y las lleno de dijes como los hacía mi mamá y mi abuela.





La tela, como el mantel blanco del comedor que parecía encaje, los vestidos de fiesta y las pañoletas de seda, eran los objetos con los que mi hermana y yo (a veces con otras amigas o primas) estando solas en la casa, nos armábamos trajes y disponíamos una pasarela, cambiándonos varias veces, he intentado ponérmolas de diferentes formas, como eran prendas de gran valor que no se utilizaban todo el tiempo sino quizá solo en eventos especiales, eran los tipos de juegos que podíamos hacer estando solas, porque si no nos regañaban y no se nos permitía jugar con esas cosas nuevamente. A este tipo de telas también les otorgaba la sensación de divinidad y pureza.



Las flores que crecían afuera de la casa de mi abuela (y de unas cuantas casas más del barrio), la verdad es que nunca supe cuál era el nombre de esta flor, ni siquiera describiéndola como la recuerdo por internet me aparece exactamente la flor que estoy buscando, Sin embargo vas a pretender que es una San Juan (*Brunfelsia Pauciflora*) porque es muy similar, esta flor es de ese tipo de objetos que parece que se tiene una imagen perfecta de ellos en la mente, pero que cuando la quieres materializar, la imagen se desdibuja y desaparece. De esta ella tengo recuerdos de jugar a la cocinita y utilizarlas como comida, de jugar a las escondidas y mientras esperaba a que me encontraran me iba bebiendo el juguito este que salía de la flor, de hecho me acuerdo de la primera vez como a mis 7 años, creo, una de mis primas fue la que me dijo que la flor tenía debajo de sus pétalos un palito de donde le salía un “juguito” y así era, a veces el juego consistía en eso, cazar las flores para tomarnos el juguito, lo que no recuerdo es el momento en que dejamos de hacerlo...

Objetos que hablan: Religión, género y poder:

Aquí los objetos religiosos o simbólicos adquieren un nuevo sentido ya que cuestionan creencias, se pasa de lo religioso a lo político, transforma lo sagrado y resignifica, desde la superstición y el ritual los amuletos piden abundancia sin perder memoria, el deseo desde el cuerpo quiere hablar desde una feminidad libre y no impuesta.

Empecemos por lo religioso, si bien como ya lo hemos dicho anteriormente el catolicismo es algo que se impuso en Latinoamérica por parte de Europa, normal que mi familia haya seguido esa adopción y a pesar de que no había una entrega total de cuerpo, alma y mente a la religión, se cumplían con las obligaciones básicas que requería ser un creyente. Sin embargo, recuerdo la casa siempre con imágenes de Dios, con mensajes predicatorios de la biblia y enseñanzas, relicarios, rosarios, etc. Aunque yo sí hice parte del cristianismo de pequeña, esto me sirvió para posteriormente considerarme una persona no creyente de ninguna religión y analizar el actuar de la gente a mi alrededor de acuerdo a la misma, lo que replicaban, como se excusaban de acuerdo al perdón de la iglesia, los juicios de valor que emitían y el asombro cuando alguien externo desafiaba la idea de no creer en Dios y en la virgen, tal vez al tener tantas imágenes en la casa era un sinónimo de tener la casa bendecida junto con las personas que habitaban y la visitaban. En mi adolescencia, sobre todo, fue donde empecé a tenerle recelo a lo sé que entendía de la religión y las imágenes a las que se les disponía la fe. Para mí, la divinidad se representaba en los vestidos que se utilizaban en las bodas, en las primeras comuniones y en los bautizos, los cuales nunca usé pero que cumplían su función de dar evocar esa sensación de pureza, ha de ser la razón por la cual me gustaba tanto el encaje y las sedas, que las separé del lado religioso solo para contemplarlas desde el lado de la feminidad.



También están las espigas de fin de año adornadas con lentejas, frijoles, billetes, etc, para manifestar un próspero siguiendo año, prácticas como estas hacen que todavía los diciembres se sientan especiales, como creer en los augurios, por ultimo los ramos de palma, aunque estos son más de semana santa, que se quedaban pegados adornando las paredes hasta que se desarmaban, las consumía el polvo y ya tocaba limpiarlas o botarlas hasta que llegara una nueva.



En lo religioso también percibo estos vestidos de encaje y de seda que que también emitían un símbolo de pureza

Trayendo el apartado de los cofres, el autor habla de esto como si fuera nuestro cosmos personal, es una premisa muy acertada. Recuerdo ver los cofres de mi abuela donde guardaba sus joyas y verlo como un objeto muy valioso que guardaba otros aún más valiosos, que generalmente devenían de un acontecimiento importante, como las joyas que van de generación en generación y para mantenerlas las guardamos en lugares privados, los anillos de boda, de novios, de cumpleaños, la cadena de oro con el dije de alguna virgen o los relicarios con fotos de alguien especial, etc. Realmente si se crea un mini mundo de recuerdos preciados, a parte que estéticamente los cofres emiten una sensación de misterio, pero como un misterio lujoso, y da la sensación de que habría que tratarlo con delicadeza. Para ese entonces recuerdo percibirlo de esa manera, hoy día cuando lo veo, con deterioro, vacío, con el agotamiento del paso de los años, al ya no tener una función y menos tan encantadora como la que tenía antes, ahora hace parte de los objetos que están por estar, encima de algún mueble de la casa de mi abuela, pues ahora solo están vacíos y se mantiene dentro de la casa por un apego emocional y material de lo que fue. Así es como yo lo siento, al verlo recuerdo a mi yo de pequeña admirando el cofre, con gran deseo de poder abrirlo y cargarlo conmigo para todos lados porque me parecía algo precioso.



Lo Popular: Estéticas del barrio

Esta categoría explora la potencia de los objetos populares como estética y como forma de lucha simbólica, lo kitsch, lo común o lo que puede considerarse como feo se convierte en una belleza política.

Empecemos con la cobija de tigres, para este objeto me extenderé un poco, porque fue uno de los que más he visto que ha trascendido de su significado de solo ser una cobija, a que se hagan prendas de ropa e incluso piezas de arte con trasfondos sociales populares que me gustaría resaltar, esta cobija nació en Latinoamérica, exactamente en México, el empresario Mexicano Jesús Rivero Franco después de un viaje España donde conoció el tejido sintético, volvió a su país de origen para crear su propio diseño, en el que le tomo dos años y alrededor de 2000 intentos recrear el diseño final que fue el de los tigres con algunos otros animales y guerreros Aztecas. Su empresa se llama a San Marcos en honor al pueblo donde vivía en Aguascalientes, en las etiquetas de las cobijas aparecía el nombre de la empresa y su lema “tejedor de milagros”, lastimosamente en 1992 vendió la empresa, donde se perdió su proceso minucioso de creación artesanal y solo se empezó a reproducir su copia con fines únicamente de mercado¹, la cobija fue tan famosa en su momento que fue exportada nacional e internacionalmente. A Bogotá llega traída desde Ecuador, donde la fábrica la empresa Vicuña, que maneja una estética similar a la de San Marcos. Uno de los eventos más representativos que aconteció la cobija de tigres en la ciudad, fue cuando un proyecto transmedia llevado al cabo por la Agrupación Puerto Contemporáneo - La Radio Criolla: Ricardo Moreno, Zoila Silena Arias y Diana Vergel. En la que se explora de manera experimental, la relación del patrimonio cultural de la localidad de Los Mártires, y el vínculo que existe entre sus habitantes y trabajadores, poniendo en tensión aspectos como: memoria, comercio, arquitectura, productividad y relación simbólica, llamado “Salto a la modernidad envuelto en una cobija”, que sostiene la manta que se vende en el centro de Bogotá, en la calle de las cobijas que está al frente del antiguo Bronx, en el Edificio Manuel María Pedraza. Ricardo Moreno, director del proyecto hecho a través de la agrupación Puerto Contemporáneo - La Radio Criolla asegura (2021):

Para los bogotanos, esa ‘cuadra de las cobijas’ es algo que está en la memoria. Y a mí, como investigador e historiador, siempre me ha llamado la atención esa historia popular ligada al tejido urbano, entonces supe que la cosa iba por ahí”

El proyecto consistía en un podcast de 6 partes donde un habitante de calle a quien un comerciante le regalo una de estas cobijas, fue clave para empezar el relato de esta historia, en la que comienza él soñando frente al edificio que era la reencarnación Manuel Pedraza, quién tenía que rehabilitarse y formarse para ser el historiador y guía turístico de la localidad de los Mártires. El podcast está acompañado de otros habitantes, sonidos ambientes de la localidad, documentos históricos y canciones como La cobija, de Ramón Ayala y los Bravos del Norte; Ni quemando las cobijas, de Bronco, y de temas de Los Tigres del Norte, La Tigresa del Oriente, de la agrupación colombiana de carranga Los Tigres de la Cobija y otros artistas². La relación de la cobija con el edificio acontecía porque ambos son objetos de memoria, que estaban luchando ante el olvido en medio de la transformación del sector. El edificio que además es un bien patrimonial, estuvo muy cerca de perderse debido a su deterioro, pero logró recuperarse aun con algunos cambios en su fachada y una terraza que desencaja con el estilo original del edificio. De igual forma la cobija tiene su existencia pendiente de un hilo ya que se según las personas se considera viejo y obsoleto.

Diego Ortiz, un comerciante que lleva cerca de 40 años vendiendo cobijas en ese sector. “Las cobijas las compran las personas que mantienen esa tradición, esa de que una cobija es buena porque es pesada. Pero de resto, las cobijas (...) unos jóvenes la ven y dicen ‘qué oso’, porque están las cobijas térmicas, porque son ‘más bonitas’. Eso ha sacado del comercio los cuatro tigres, la modernidad, todos los productos nuevos”

¹ Acerca de la historia de la cobija de tigres de San Marcos: <https://www.informador.mx/entretenimiento/Quien-invento-la-iconica-cobija-de-tigre-que-es-un-clasico-en-invierno-20241211-0225.html>

² Página oficial de proyecto “La Bogotá moderna contada desde una cobija” con todas sus partes: <https://www.puertocontemporaneo.org/salto-a-la-modernidad.html>

El proyecto estaba enfocado a no olvidar lo que se tiene, sin importar si es viejo o feo porque al final hace parte de nuestra historia e identidad. La noticia termina diciendo que, aunque parece que la cobija va a desaparecer hay una última resistencia que está en la cultura popular y en la virtualidad, en las redes sociales donde circulan memes que son representados por esta icónica cobija.¹

¹ Noticia que cubre el proyecto transmedia "La Bogotá moderna contada desde una cobija"



Cobijas cuatro tigres Foto: Puerto Contemporáneo - La Radio Criolla



Aunque la cobija de tigre de mi familia no era una San Marcos original, seguramente la compraron en el centro de la ciudad, esta manta estaba en las camas que había en la casa y, al menos, una en cada casa de mis familiares cercanos. Recuerdo que era la cobija que menos me gustaba, pero lo emblemática que era en las familias fue algo que nunca entendí sino hasta de mayor, porque fue un objeto que se convirtió en un símbolo identitario de muchos lugares de Latinoamérica, fuimos nosotros mismo quienes decidimos darle ese empoderamiento como símbolo.



Por otro lado, tal vez no con la misma magnitud de popularidad pero seguro se reconoce, es la cobija en crochet, generalmente es hecha por alguna mujer de la familia que sabe tejer, en esa época casi todas las abuelas y mujeres de edad sabían este oficio, recuerdo que también hacían ropa para los bebés recién nacidos y al menos una cobija grande de diferentes colores, la de mi abuela que era bastante llamativa, era una entre color rojo café blanco y negro que nunca faltaba en su cama, la cama hablaba por todo el cuarto de lo mucho que irradiaban esos colores, y cuando no estaba esa, seguramente estaban las cobijas súper gruesas y suaves con estampado de osos de panda, pavos reales o algunas más pequeñas con motivos infantiles muy de la época, creo fielmente que esto es una representación de la cultura popular, porque casa que visitaba teníamos al menos 5 objetos en común con amigos o familiares.

Puede que Colombia esté dividida, pero si hay algo que nos une como país es este plato.



Entremos a la cocina y recordemos todos estos objetos: la loza, las vajillas (completas e incompletas), los tipos de ollas, la licuadora, etc. Recuerdo como siempre mi abuela tenía los mismos platos, que parecían que se reproducían solos, porque eran los que más se usaban, se rompían, se desaparecían, pero siempre había muchos de los mismos en la cocina, estos son el tipo de objetos, que sin haberlos visto durante años tengo muy presente su forma, su diseño, los colores, sus dibujos, estos también eran repetitivos en las casas vecinas, casa a la que iba mínimo tenían un pocillo o un plato de ese mismo tipo.

Los objetos que si tenían una función decorativa por naturaleza eran los cuadros de pintura y siempre eran los mismos, un cuadro de flores, un cuadro de caballos, un paisaje o un bodegón que de hecho siempre era muy parecido a las frutas de mentiras que se ponían en el centro del comedor para que la mesa no se viera vacía y en cambio se viera más bonita, para que cuando llegara la visita y se sentara tomara estas frutas y siempre dijera “parecen de verdad”, como de estos que cuando pasa uno por la carrera séptima en el centro de Bogotá y ves a un sujeto pintando en el piso este tipo de pinturas y luego las vende, más o menos esa es la estética de los cuadros que había en la casa de mi abuela, de mis tías, algunos donde mi mamá aunque como mi hogar era una generación más joven se arriesgaban a tener nuevas decoraciones como con cuadros un poco más abstractos de paisajes, siempre tengo en mi mente ese cuadro de colores cálidos dividido en tres partes, de llegar de cualquier lado, abrir la puerta de mi casa y lo primero en ver era ese cuadro, era el primero en saludar a mis ojos.





Otro de los objetos que me interesó para esta creación fue la ruana, en un principio no se trataba de un interés genuino por querer saber que pasa detrás de esta prenda regional, con la cual no congeniaba de pequeña, no me gustaba y de la que siempre renegaba, sintiéndome ajena a todo lo que significaba y lo representativa que era para países como Colombia, creyendo que era algo ordinario, feo, desvalorizando todo su contexto social. Sino porque lo vi a través de la moda, que no es malo, pero recordemos antes cuando hablábamos de las cosas que se vuelven tendencia y empiezan a tener valor, una vez cierta parte de la sociedad empieza a validarla, pues algo así me pasó con la ruana, no fue hasta que empecé a verla en las creaciones, que grandes diseñadores hacían en base a la misma, o la veía en las calles de la ciudad como parte del outfit de los ciudadanos, que empecé a detallarla más, luego la veía en lugares mucho más contundentes como cuando la usaban con intenciones empáticas hacia el campesino, en las protestas, donde se llevaba con orgullo y con un sentido de representación. Es así como comienzo a ojearlas y me encuentro con que la ruana, es uno de los objetos y además prenda de vestir a través de la cual se identifica diferentes regiones como, Boyacá, Cundinamarca, Caldas, en general toda la región andina, específicamente la población rural, campesinos e indígenas. En el trabajo de grado de Arango, L (2021) *La Ruana, Hogar del Corazón*, ella investiga acerca de la moda y coge como objeto de estudio esta prenda, haciendo recorrido histórico sobre la misma, ella cita a Susana Rodríguez del taller Tejilarte de Sutatausa en uno de sus artículos *La historia de la ruana* (2019) quien habla del origen de la palabra Ruana:

“Ruana es una palabra Chibcha que significa “Tierra de mantas” refiriéndose a los tejidos de lana fabricados por los Muiscas (.). Las ruanas que usaban los Muiscas eran tejidas para que cubrieran hasta las rodillas, muy adecuadas para las bajas temperaturas de la región, donde se usaban no solo como una prenda de vestir.” (Rodríguez, 2019).

De igual forma la ruana tiene varios significados según el lugar de donde viene:

En Cundinamarca, la ruana es originaria de Nobsa, donde la calidad artesanal es bastante valorada. Adicionalmente, es un lugar asociado con el clima frío y la ganadería, donde los campesinos del altiplano cundiboyacense utilizan la prenda para arrear ganado y como parte de su día a día. En cuanto a Antioquia, la ruana es parte del vestuario utilizado por los campesinos, un traje que habla directamente de las prácticas de estos en el diario vivir: alpargatas de cabuya, sombrero Aguadeño, machete, carriel, el zurriago y por supuesto la ruana. En Caldas, es una prenda que se ve en las zonas de clima frío como Marulanda, Manzanares, Letras y en otras zonas de páramo cercanas al Nevado del Ruiz. Adicionalmente, se puede ver el uso de la ruana en el Monumento a los Colonizadores, un monumento escultórico ubicado en Manizales, Colombia, que busca evocar la fundación de la ciudad como producto de la colonización antioqueña. (p.11)

La ruana a pesar de que tenía valoraciones como el proteger el cuerpo, o concepciones ligadas al hogar, incluso como acto político, hubo un momento en Bogotá donde se le quería prohibir su uso por no ser lo suficientemente moderna. La autora cuenta, que se ve en la prohibición de la ruana Bogotá D.C por Gaitán entre 1936-1937, en el Archivo de Bogotá, donde se decretó prohibido usar ruanas y alpargatas para uniformar a los lustrabotas y los taxistas, ya que no quería que la ciudad se viera desordenada o desaseada. Esto ocasionó que los taxistas y los lustrabotas se alzaran en contra ocasionando la renuncia del alcalde. (p.12). En este acontecimiento da a entender como la ruana se había convertido en un símbolo patrio, que, al ser catalogado como un sinónimo de atraso, significo también ponerse en contra de la cultura de las personas en este caso los taxistas y lustrabotas de la ciudad. Convirtiéndose la ruana en un acto político y de lucha, en Nobsa 25 artesanos tejieron la ruana más grande el mundo, la cual resulta siendo el escudo del paro agrario en el 2013 (p.13) Este entre otros de los ejemplos que menciona la autora dentro de su trabajo de grado, da cuenta de

cómo esta prenda a travesado la historia de nuestro país y como se ha convertido en un símbolo de memoria, recordatorio de nuestras raíces (como por ejemplo a mi bisabuelo, mi abuelo, en mi casa, a mi familia del campo y ahora algunos de amigos que han y siguen portando una ruana y todos los vínculos que a partir de ella se puedan crear), es un objeto del cual se seguirá hablando y ojalá su creación no se vea en ningún momento en peligro de extinción. Por ello me pareció fundamental su presencia en *Mi Casa Vestida*, con la que tengo la intención de evocar todos los afectos que puede generar el vestir, desde lo objetual, lo material, lo simbólico y sensible con las otredades y el entorno entendido como ese hogar que nos acoge a todos.



Al igual que las ollas, tres en específico, la de hacer el chocolate, la de fritar los plátanos y hacer el arroz y el caldero para los días especiales de hacer san-cocho, ¿A caso cada familia se puso de acuerdo en comprar la misma y usarla por el mismo tiempo como para que se vieran igual de quemadas y gastadas?, es que pueden pasar los años y las ollas siguen estando allí, creería que incluso de generación en generación porque mi abuela, mi mamá, mis tías, incluso en donde vivo ahora mismo (siendo “adulta independiente”) antes de que yo llegara a esta casa, la olla ya existía, con exactamente el mismo aspecto. Es algo muy nuestro, porque ya de grande teniendo la oportunidad de haber conocido otras partes del mundo, ninguna una cocina se ve así, esos objetos son claves para definir una parte de la población, latina, colombiana.

Las fotografías análogas, esas que venían como una especie de binocular pequeño, cuando los veía, me preguntaba cómo habrán metido las fotos ahí, cómo es que se veían tan pequeñas, quién lo hizo, etc. este es uno de los objetos que más nostalgia me genera, el hacer memoria y querer avivar un recuerdo, o imaginar a tu ser querido simplemente viviendo un momento único del que no soy testigo sino solo gracias a esa foto es que puedo ver- cuerpos diferentes, percepción diferente, mis abuelos, ni personas que no sa- su futuro, se siente agrio del paso momentos que ñar, sentir tristeza una manera fugaz. en el libro de Fer- Donde habla es- los ojos, de cómo objeto para poder objetos, o ver de alejada el mun- visuales son los que nos podemos relacionar, percibirlos y sentirlos (p.26) También hace la analogía de que, si unos binoculares son objetos para ver, los ojos también, y para visualizar esas fotos y percibir o intuir lo que pasaba en cada una de ellas, necesitaba de la vista, de tal manera que ningún otro sentido me hubiese podido ayudar a conectarme y permitirme sentir lo que veía a través de la relación entre estos tres objetos, los ojos, el binocular pequeño que sostenía dentro de sí a la fotografía.





Los souvenirs, en forma de imán, de llavero, de bolso, monedero, vaso, etc. La invitación para chismear acerca del viaje de la persona que nos lo trajo, que como le habrá ido, que habrá comido, cómo hicieron para ir... ¿En dónde paraban todos estos souvenirs? En las paredes de la sala, como las casitas pequeñas representativas de cada departamento o lugar de interés como Monserrate, en los bordes de las ventanas, pegados en la nevera, en las llaves de mi abuela, que portaba 10 llaveros para solo dos llaves (nótese el afecto, que no quería dejar ningún llavero que le regalaran por fuera) y las cargaba para todo lado, aunque pesaran y sonaran con cada paso que daba.



Recordemos la problemática por la que pasó la comunidad indígena Kamsá de Sibundoy en la que pasaron de hacer de sus creaciones artesanales a objetos que se estaban alejando de sus creencias y tradiciones y solo se hacían sus artesanías a modo de mercancía, que ya ni siquiera eran hechas por ellos mismos, sino que ya eran maquinarias que se encargaban de hacer estos productos para moverlos en el mercado. Uno de estos objetos fueron los individuales que se ponen en la mesa, es decir que no solo la comunidad de nuestro propio territorio limitó sus creaciones por la colonización, sino que nosotros los consumidores nacionales, fuimos parte de lo que propició que esas prácticas se perdieran y al mismo tiempo víctimas de ese mercado, probablemente la mayoría de las familias no tengamos una artesanía con el sentido puro con que lo hacían estas comunidades sino la réplica que solo se hacía por la demanda. Hasta el día de hoy mi familia sigue optando por comprar ese tipo de individuales para darlos como regalos de recuerdos de viaje, por ejemplo.





Otros de los objetos con las que más recuerdo me niñez eran los carillones de viento, cada que sonaban era más porque alguien entraba a la casa que por su función natural de que el viento lo hiciera sonar, no había forma de no saber si alguien llegaba y eran de los primeros objetos que si se rompían ya se tenía otro de reemplazo, estos objetos en especial me causan nostalgia por el sonido que tenía y como evocaba la sensación de compañía y curiosidad de ver quien atraviesa la puerta.

El gusto en la cultura popular, al parecer era similar en muchos aspectos y tal vez sin darnos cuenta a través de ellos estamos resignificando lo que somos. Para desglosar y comprender un poco más esta premisa, traeré nuevamente el trabajo de Eduardo Salazar (2016), *Estéticas en plural. La moda popular en Bogotá*, quien hace referencia al *habitus* popular, definiéndolo como:

“El *habitus* se materializa en prácticas y gustos que se pueden catalogar y valorar para establecer diferencias entre lo legítimo y lo subordinado, entre los dominantes y los dominados. En este caso, el *habitus* popular marcará una relación específica con la moda hegemónica. Aquí lo popular estaría del lado de lo dominado porque sus prácticas están signadas por bajos niveles de capital social y económico, pero especialmente por la baja posesión del capital cultural hegemónico [...] En el campo de lo popular “lo sagrado, lo profano, lo familiar, lo barrial, lo ciudadano y cosmopolita, lo legal, lo ilegal, se confunden, coexisten y dinamizan estrategias de supervivencia, hábitos, imaginarios, formas de sociabilidad y de trabajo, usos, costumbres y convenciones” (p.56)

Hablar de lo popular y de la cultura popular también implica hacerlo desde su relación con la cultura de masas, es decir, con las ideas y los objetos que por su producción y consumo masivo superan una gran cantidad de barreras de circulación y se instalan especialmente en los sectores sociales de clases medias y bajas.

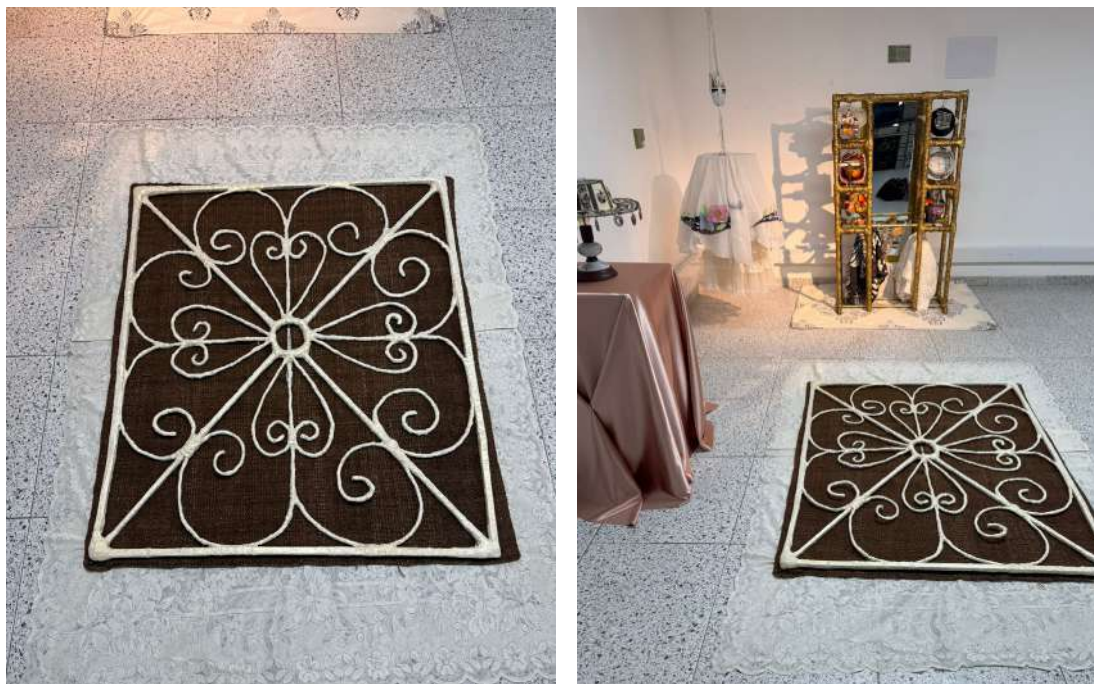
Tras seleccionar estos objetos, a cada uno de ellos los dispongo en ganchos de ropa, simulando que es un armario. En lugar de ropa, están colgados objetos tradicionales de una casa (mi casa), la idea es que esta pieza sea interactiva para el espectador, por ello, en la mitad del ropero hay un espejo que tiene una pregunta escrita. Esta pregunta es la invitación para que el espectador inicie su interacción con los objetos que están pegados en ganchos de ropa, como si fueran prendas que se va a medir. La idea es que una vez descolgado el gancho e interactuado con el objeto, el espectador pueda armar un vestido con todos los elementos que reconoció o le gustaron del objeto.

Esta propuesta creativa pretende crear a partir del vestido una forma de revitalizar mi pasado, recordar mi naturaleza, mi casa y la compañía de donde mi historia y la de mi familia se empieza a contar y como con el pasar de los años se transforma y en cada década se van sumando nuevas generaciones que empiezan hacer la suya mientras nos encontramos e interconectamos con la casa y la historia que nos tienen por contar los demás.

Junto con el armario, según el espacio, se espera que este acompañado de otras piezas que no serán interactivas, donde exploro la ropa y los objetos de mi casa, recreando los que serían los posibles vestuarios que me gustaría llevar, si pudiese vestirme con lo que una vez fue mi hogar, estas exploraciones atravesaran la intervención de la ropa a través de la pintura en tela, la unión de retazos de tela, la imitación de algunas texturas de objetos de la casa y la yuxtaposición entre los mismos. Pensé en un accesorio para la cabeza como un sombrero o pasamontañas hecho a través de relicarios, o por ejemplo cuando hablé más atrás del diseño de las vajillas de la casa de mi abuela, intervine estos objetos a través de un vestido con una falda de seda del mismo estampado.



Al igual las ventanas de nuestra casa muy parecidas entre vecinos también, en las que nos colgábamos de niños y a uno que otro se le atoraba la cabeza y luego la odisea para sacarnos de ahí... sus formas puntiagudas, redondeadas, simulando flechas o pétalos de rosas, estará ensamblada con la ruana enfatizando la acción de meter la cabeza para vestirla como analogía a la anécdota anterior.



La disposición en el espacio me gustaría que simulara las calles donde venden moda popular. Es decir, los espacios de venta informal como las mercancías que se ponen encima de plásticos en andenes o como lo sería el mercado de pulgas y el mercado de la calle, este ambiente que me gustaría recrear E. Salazar (2016) lo describe como:

“La calle y las ventas informales son vitrinas de la moda. Las calles de comercio dejan como impresión la invasión, el desorden y la saturación [...] Los productos se disponen en sintonía con las precariedades del espacio, de las estructuras para exhibir y de las necesidades de presentar la mayor cantidad posible de mercancía: es la presentación simultánea de lo popular y de la moda hegemónica.” (p. 59)

Desde una mirada romantizada de la moda, está no es solo prenda y tendencia, es un gesto estético que encuentra sentido en el movimiento de lo cotidiano, cuándo lo veo desde los rincones popular es de la ciudad, la moda resiste entre vertientes de ilegal y lo legítimo, dentro de lo culto y común, dentro de la imitación y la reivindicación con la misma intención con la que empezó esta investigación que era poner sobre la mesa el deseo colectivo por verse, por ser visto y por ser sin pedirle permiso a la hegemonía.

Gracias al archivo de mi familia y a través de esta investigación, he notado que estos recuerdos los mantengo vivos, son muy valiosos y algunos de ellos son muy lucidos, el querer

pasar por el pasado a través del presente significa que hay una intención y una añoranza de mantenerlos y enaltecerlos, porque al final del día es de allí de dónde vengo. Como menciona Guasch, A (2005). En su texto *Los lugares de la memoria: El arte de Archivar y Recordar*: “Como individuos e integrantes de una sociedad, necesitamos el pasado para construir y ancorar nuestras identidades y alimentar una visión de futuro”. (p. 159) Así mismo afirma el hecho de que ninguna historia es lineal, porque a pesar de tener un pasado, la construcción de cada uno de nosotros como persona, familia y sociedad, se va dejando llevar por diferentes vertientes, que tienen otro tipo de objetos, que al final nos hacen distinguirnos los unos con los otros y entre nosotros, sin embargo siempre esta esa sensación de que pertenecemos y venimos de alguna parte y esa parte en efecto no está compuesta por una sola cosa, somos muchos los objetos que estamos en el espacio, puede ser cualquier espacio, pero el más significativo para la mayoría de nosotros es nuestra casa, como gran contenedor simbólico, ha sido el escenario más íntimo y revelador de estas transformaciones. Cada objeto que la habita —y que hoy se cuelga como prenda— guarda la textura de lo vivido, pero también la posibilidad de decir algo nuevo. Así, *Mi Casa Vestida* no es solo una colección de objetos personales, sino un acto de escucha, una curaduría del sentir, una forma de resistir al olvido desde el cuerpo. Porque cuando el vestir se vuelve archivo, la memoria ya no se guarda: se habita.





En Cada Prenda una Pregunta

Conclusiones

Bueno, tal vez queden muchas cosas en el tintero pendientes por decir, por preguntar, por traer o por cambiar, pero en este último apartado del proyecto quiero abrirlo sobre todo a la reflexión (¿personal?). Esta reflexión es el resultado de un recorrido personal que comenzó con una inquietud: ¿qué decimos y qué ocultamos al vestirnos?, es un tema que he querido abordar con amor y que en el camino, vi que mi relación con la ropa, como consumidora irresponsable o desmedida, ha pasado por el deseo impulsivo, la incomodidad, la culpa, el recelo, pero también por el agradecimiento y la resignificación de lo que he visto y he encontrado en ella. En ese camino descubrí que vestir no es solo cubrir el cuerpo: es narrarlo, negociarlo, ponerlo en escena.

Empecé pasando del estímulo de comprar alguna prenda o accesorio en cualquier tienda a la que iba de manera excesiva, atravesé por las diferentes enunciaciones que tiene la moda, en el que conocer el lado no tan cool de esta, hizo que no se sintiera igual que antes y esa incomodidad me permitió llegar aquí, a pensar en temas como la identidad, el contexto, la cultural social y visual, el género, la desigualdad, las relaciones interpersonales, etc. El haber podido crear este espacio, que empezó con la intención de mostrar nuevas propuestas de moda circular, local y consciente, me abrió una puerta para poder enfrentar mi relación con la ropa, me deja con varias inquietudes de lo qué viene después, pero al mismo tiempo me quedo con todo lo interiorizado a través de las reflexiones que encontré en esta travesía, de conocer nuevas propuestas de moda responsable, de seguir acogiendo y transformando mi casa vestida, que me servirá para darle nuevos sentidos a mi cuerpo vestido y sobre todo comprender que la moda se vuelve una herramienta crítica cuando ya no busca reproducir la norma, sino cuestionarla.

Aunque la cultura visual estuvo presente indirectamente durante todo este recorrido, me es indispensable querer hacer un último enfoque de lo visual y la imagen, como uno de los principales responsables por los cuales mi consumo en este campo empezó, creció y creció hasta que me hizo decir ¡ya basta! Para replantearme lo que creía y quería de la moda (Lo cual me ha costado un poco todavía), ¿Por qué? Para mi este campo, era un escenario idealizado de forma de vida, entre lo fantasioso y superficial que se derrumbó en el momento que me di cuenta, que al final nada de eso era yo, sino que éramos toda una generación sobre todo de niñas y mujeres que pensamos que tener el closet lleno de cosas innecesarias estaba bien gracias a la televisión, pero debido a este conflicto, quise buscar otras alternativas de enunciarme dentro de una forma de vida más real y consciente, con una noción más social, más ambiental, más significativa que me ayudaron a hacer las paces y rescatar cosas valiosas de mi casa, de mi pasado, de mi familia, mi barrio, lo popular, la ciudad y los diferentes comportamientos que tiene esta según el sector, el país y lo poco o mucho que conozco por el momento de él.

Cada imagen que yo veía en la televisión, los colores, los elementos, las combinaciones, el estilo de vida mostrado allí en las series, programas, películas, videoclips de canciones etc., de alguna manera siento que forjaron esta idea de tener un estilo propio, de verme como tal personaje o pensarme dentro de las opciones que da el vestir, fue algo que siempre me llamo la atención y ya de adulta joven todo esto influyó en mi decisión de compra, consumo y relación con los demás.

Una de las cosas más gratificantes de todo esto, ha sido evidenciar como crece cada vez más la producción de moda en este territorio, pero más porque en la mayoría de ideas, marcas y emprendimientos que he visto, le están dando un valor a los procesos, a la historia y a la identidad nacional que a estas alturas del partido me parecen muy importantes, porque siento que no hay mejor forma de ir afuera que conociendo lo de dentro, no es lo mismo ir a otros países por ejemplo y no poder hablar de lo que hay en el tuyo. Por ello, me parecen valiosos los modos de vestir como medio para trascender de ver la ropa como solo algo físico y estético para verlo desde caminos más creativos, auténticos y con lazos de identidad. Pues es allí donde nos enfrentamos a los desplazamientos de la historia dentro del presente, en la que los tejidos, los cortes, los colores, no son decisiones meramente estéticas, sino resultan siendo huellas de memoria y geografía, hacer parte de un territorio significa que puede existir una forma de vestirse acorde a ese lugar, no como regla, sino más bien a las diferentes formas en las que se habita, se resiste o se celebra dicho lugar. De tal forma que la acción de vestir como herramienta que permite reconocer lo que somos, pueda ser también un acto político y pedagógico, con una forma de narrarnos y de construir nuevas formas de presencia en el mundo.

Retomando lo visual, para esta parte del proyecto, me acompañó un autor con un escrito muy interesante. Mientras yo me preguntaba que quería realmente decir los modos de vestir, WJT. Mitchell (1996), se preguntaba que querían decir realmente las imágenes, cómo se comunican en cuanto a signos, símbolos y el poder que tienen para afectar las emociones y comportamiento humano, a lo que refiere:

“Cuando lanzamos la cuestión del deseo, esta se localiza usualmente en los productores y consumidores de imágenes; en la imagen tratada como una expresión de la voluntad del artista, o bien como un mecanismo que dispara los deseos del espectador”. (p.9)

Suponiendo que la moda es una imagen que espera ser admirada, deseada e imitada desde un cuerpo para otro cuerpo, habla de quienes somos o lo que quisiéramos ser vistos. Esta dimensión visual que tiene la moda, la convierte en un lenguaje de pertenencia y diferencia, que producen tensiones entre lo privado y lo público, el género y la subjetividad.

En el cuerpo vestido se reflejan los conflictos entre lo hegemónico y lo marginal, entre lo deseado y lo reprimido, entre lo que se permite mostrar y lo que se obliga a ocultar. La moda, lejos de ser neutra o superficial, trae consigo las marcas del tiempo, los modos en que las sociedades han regulado, domesticado o enaltecido

ciertos cuerpos sobre otros. Incluso hoy, los efectos de esas imposiciones se sienten en los estigmas hacia lo “popular”, en el racismo estético, en la diferenciación de ciertas prácticas textiles o en la marginación de lo artesanal frente a lo industrial.

Desde este lugar, la moda puede ser leída como una herramienta de archivo vivo, donde cada prenda conserva huellas del contexto que la vio nacer: las luchas feministas por reapropiarse del cuerpo, la emergencia de estéticas queer como forma de resistencia, los movimientos indígenas que se visten de tradición para hablarle al presente, los barrios populares que remezclan códigos para crear estilos híbridos que desafían lo establecido. Al respecto de esta afirmación, recuerdo una noticia que tuvo revuelo en Colombia y que dio vueltas por redes sociales, cuando en la pasarela de alta costura la Paris Fashion Week, el diseñador colombiano Christian Colorado proveniente de Caldas, en una de las transiciones de música que acompañaba la pasarela, sonó “sobreviviré” de Darío Gómez, el cantante de música popular que fue reconocido como el rey del despecho en Colombia, como un acto simbólico de orgullo a su tierra y sus raíces, mientras que el modelo Jonatan Clay también colombiano, modelaba un atuendo que jugaba con muchos elementos de la cotidianidad colombiana.⁴³ Lo que me parece interesante de este tipo de actos donde lo hegemónico se funde con lo popular, es que se dibuja un gesto político que desestabiliza la separación entre “alta costura” y “masas” evidenciando que la soberanía estética también está presente en los relatos subalternos, que los códigos visuales de la tradición de un territorio -popular- cambia los cánones de lujo y que lo exclusivo deba ser lo único que merezca un reconocimiento global.

Retomando al autor WJT. Mitchel (1996), al igual que su intención de poder ver una imagen por sus propios deseos, pareciera que los modos de vestir han intentado hablar de sus propios deseos a través del cuerpo, el querer o la necesidad de que puedan existir en sí mismos los modos de vestir, es la misma necesidad que el cuerpo necesita para poder existir legítimamente de la manera que lo siente y sin embargo ambos parecen estar manipulados, híper visualizados e ideológicamente configurados para emitir mensajes y mantener relaciones de poder. En ese sentido tanto a la imagen como el cuerpo vestido deberíamos preguntarles ¿Cómo podríamos verlos y leerlos sin todas estas capas de significados dominantes? ¿Cómo trasladarnos de un cuerpo disciplinado a un cuerpo abierto a la diferencia, cómo pasar de la moda como distinción y control a crítica y apropiación, cómo ir de un código jerárquico a un gesto narrativo, cómo cambiar una imposición geopolítica a una identidad situada?

Esta reflexión sobre la moda como imagen que no solo representa, sino que también desea, nos llevó a pensar en nuevas formas de relacionarnos con ella. Si vestir es una forma de hablar desde el cuerpo, entonces también es una forma de habitar el mundo. La moda dentro de la cultura visual funciona como archivo simbólico en el sentido en que puede reproducir imaginarios en cuestiones de raza, género, clase social, etc. Es un regulador visual, en tanto que impone estándares de lo que puede verse o invisibilizarse en lo corporal y de alguna manera un mediador en cuanto permite resignificar las “normas” a través de estéticas disidentes, locales, híbridas, etc. La moda puede materializar visualmente lo que la sociedad espera ver en los cuerpos, ya que no hay un cuerpo visible que no haya sido afectado por alguna estética o una tendencia, incluso

un cuerpo que se piense “natural” está atravesado por una cultura que define lo “natural”.

Siguiendo esta línea de pensamiento, se vuelve urgente asumir la moda desde una mirada pedagógica y una responsabilidad colectiva: personas, marcas e instituciones tienen el poder de transformarla en un lenguaje más justo, más consciente y menos violento. La moda como lenguaje visual, sobre todo en la sociedad en la que nos encontramos el día de hoy en el que las redes sociales, la publicidad, etc. definen esta visibilidad comunicando y construyendo imágenes identitarias y aspiracionales en las que el cuerpo se inscribe rápidamente, tendríamos que atravesar un proceso de transformación en el que no nos apropiemos de las luchas, dolores e identidades ajenas como recursos estéticos, en el que podamos cuidarnos nosotros mismos al no reforzar estereotipos que oprimen cuerpos diversos y no invisibilizar los contextos y tradiciones de donde provienen las expresiones culturales. Al mismo tiempo que supone un compromiso con el entorno: pensar en prácticas sostenibles, materiales responsables y procesos que no dañen al planeta como lo viene haciendo el fast fashion.

Como último acto, considerando todo lo anterior, pienso que tal vez hubiese sido más fácil estudiar todos los temas propuestos sobre los modos de vestir desde una postura neutra, incluyéndome y alejándome prudentemente dentro de cada afirmación, argumento o pregunta planteada, sin embargo, al ser algo que nos interpela globalmente a todos y nos ha afectado desde diferentes lugares y contextos, reafirmo aún más la crítica que hago inclinándome más hacia la experiencia y la práctica de lo popular, de las diversas formas de existir en el cuerpo, de la tradición, de un sentido de pertenencia, etc., siendo parte del sistema, siendo consumidora y formándome académicamente en busca de mejores posibilidades de vida teniendo como aliada a la educación. Pensando también en la pregunta ¿Qué viene después de todo esto?, reiterando en conversaciones del inicio de este proyecto, lo que me acerco a conocer espacios y personas que hablaran sobre la moda sostenible, fue mi proyecto personal de ese entonces, mi tienda virtual La Bauhaus, la cual hace un año cambio de nombre a “Divineo”, este nuevo nombre nace de querer jugar entre las palabras, Divino como esa parte “pulcra” de la moda y el Nea (entendido como un término coloquial que utilizamos los colombianos para referirnos a alguien de barrio), para representar esa parte informal de la “marca”. La idea de este nuevo cambio era dejar de pensar divineo como una marca para irla convirtiendo en un espacio pedagógico que recogiera todas estas inquietudes, percepciones e interpretaciones que me surgieron de la moda, para compartirlo y generar nuevas discusiones a través de esta. Tentativamente me gustaría darle continuidad a este proyecto pasando de ver los modos de vestir como una experiencia personal a querer verla como un fenómeno pedagógico, creativo y cultural, en el que se pueden problematizar los planteamientos expuestos aquí en nuevos espacios de diálogo y creación con otros sujetos.

La experiencia de Mi Casa Vestida, me permitió pensar la educación artística visual como un espacio para el desarrollo de una sensibilidad estética producida gracias a la memoria, los afectos y la vida cotidiana, la unir las sensaciones que genero esta propuesta en conjunto con los objetivos de Divineo como proyecto personal y pedagógico, pienso que puede haber una posibilidad de ver el mundo de una manera más crítica y poética de percibir lo popular, lo emocional o aparentemente banal con otros ojos.

Finalmente, quisiera compartir algunas preguntas que surgieron gracias a las voces lectoras de esta tesis, preguntas que me acompañaron durante el desarrollo del proyecto y que también fueron moldeando el horizonte hacia el cual quiero orientar Divineo. Cada una de ellas abrió caminos, incomodó certezas y me permitió pensar la moda desde otras orillas, menos normativas, más sensibles.

¿Cuál es el valor y la funcionalidad que se podría esperar de la moda en la ciudad?

Imaginar la moda en una ciudad como Bogotá, o en cualquier parte de latinoamericana, es como desplegar un mapa de tensiones sociales. Ahí donde se cruzan el centro con la periferia, lo exclusivo con lo popular, lo visible con lo negado, aparece la moda como lenguaje urbano que bordea el lujo y la marginalidad en un mismo gesto.

¿Por qué alguien querría hablar de ropa?

Considero que en algún momento de la vida todos nos preguntamos por quienes somos y de que manera nos enunciamos. Así llegué yo hasta aquí: preguntándome por qué me importaba tanto aquello que me ponía. En el fondo, hablar de ropa es una forma de hablar de una misma. En mi caso es como hablarme al espejo bajo una mirada crítica. Es preguntarse qué del sistema hay en nosotras, qué de nosotras resiste al sistema. Hablar de ropa es, en últimas, narrar cómo habitamos el mundo.

¿Qué tiene para ofrecer la ropa como lenguaje?

Más de lo que imaginaba, a medida que redactaba este proyecto por cada tema que abordaba salían mil preguntas más y esto pasa porque la ropa no es neutra, ni inocente, es un código en movimiento que representa, desafía, oculta, seduce, incomoda. Cada prenda habla de nosotros, incluso cuando creemos que no dice nada. Comprender la ropa como lenguaje es reconocer que nuestro cuerpo es también un texto que se lee y se interpreta.

¿Cómo pensar la moda como práctica de autocuidado y empatía con el otro?

Esta pregunta, tal vez es fácil pensarla, pero no ponerla práctica puesto que, al estar regidos por estereotipos, por imágenes aspiracionales, que nos dicen como se supone que debemos vernos, estamos sometiendo nuestro cuerpo a prácticas abusivas con nosotros mismos. El reto está en volver a mirarnos sin juicio, elegir sin culpa, vestarnos sin herirnos. Así podremos abrir espacio a otros cuerpos, otras formas de existir y de vestir. Solo así la moda podrá dejar de excluir para empezar a cuidar.

¿Cómo se plantean la moda en prácticas de autocuidado y empatía con el otro?, Esta pregunta, tal vez es fácil pensarla pero no ponerla práctica puesto que al estar regidos por estereotipos, por imágenes aspiracionales, por veces que nos dicen como se supone que debemos vernos, estamos sometiendo nuestro cuerpo a prácticas abusivas con nosotros mismos. La posibilidad de poder elegir lo que me representa sin violentarme, vestir sin exigencias externas que afecten nuestra integridad, respetar nuestros ritmos, servirá para poder ser empático con los demás, para reconocer todos los cuerpos y sus diversidades además de permitirnos explorar más a través de la moda.

Estas son algunas opiniones que tuve en cuenta para pensar a Divineo como una propuesta que me permita crear lazos de enseñanza y aprendizaje, ya sea desde enunciations editoriales, talleres pedagógicos, exposiciones participativas no solo con personas que les interese la moda sino con las otras nuevas propuestas y emprendimientos que están abordando de manera sensible sus percepciones, ideas y conocimientos con una mayor responsabilidad social en pro de la cultura y que yo como una más de estos sujetos buscamos la expansión de todo lo que las otredades tenemos por decir desde la creatividad y la crítica constructiva, de mi parte quiero hacerlo desde el vestir intercambiando todo lo bueno que esto me traiga y aprendiendo de lo no tan bueno, como lo hice aquí.

Después de todo, si cada prenda enseña algo, ¿Qué estamos aprendiendo al vestarnos?



Imagen oficial de la nueva presentación de Divineo

Bibliografía:

- Arango Ochoa, L. (2021). La ruana, hogar del corazón. Universidad de los Andes. Disponible en: <http://hdl.handle.net/1992/57381> Arango Ochoa, L. (2021). La ruana, hogar del corazón. Universidad de los Andes. <http://hdl.handle.net/1992/57381>
- Barrera, G. (2011). Campos de poder artesanales en la comunidad Kamsá de Sibundoy, Putumayo, Colombia. Del trueque a las tendencias de moda. En: Apuntes 24 (2): 178-195 Barrera, G. (2011). Campos de poder artesanales en la comunidad Kamsá de Sibundoy, Putumayo, Colombia. Del trueque a las tendencias de moda. En: Apuntes 24 (2): 178-195 <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revApuntesArq/article/view/8851/7144>
- Bourdieu, Pierre (1998) La distinción: Criterios y bases sociales del gusto. Grupo Santillana de Ediciones, S. A https://pics.unison.mx/maestria/wp-content/uploads/2020/05/La_Distincion-Bourdieu_Pierre.pdf
- Butler, J. (10 de 09 de 2015). Cuerpos que todavía importan. (R. I. UNTREF) <https://youtu.be/-UP5xHhz17s?si=KhHidcX2s-haE-yZS>
- Butler, J. (1993). Cuerpos que importan: sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”ed. Buenos Aires – Paidós <https://reddesalud.org/apc-aa-files/1342d291dfef7a-4d531a2a778bc9da8e/butler-judith-cuerpos-que-importan.pdf>
- Butler, J. (2007). El Género en Disputa: El Feminismo y la Subversión de la Identidad. Ediciones Paidós Ibérica. <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/52974/9788449320309.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas / Volumen 11 - Número 2 / julio - diciembre de 2016 / ISSN 1794-6670/ Bogotá, D.C., Colombia / pp. 111-132 <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cma/article/view/14776/Art%206>
- Eco, U. (1988). El signo (F. Serra Cantarell, Trad.). Editorial Labor. (Obra original publicada en 1973) https://ddooss.org/libros/Umberto_Eco_Signo.pdf
- Fernández Christlieb, P (2003) Los objetos y esas cosas. El financiero <https://es.scribd.com/doc/210117664/Los-Objetos-y-Esas-Cosas-PABLO-FERNANDEZ-CHRISTLIEB>
- González, C. (2023) El doble filo de ugly-cor-te: Cuando vestirse “feo” es solo cool en los cuerpos flacos, Revist Galio Cl. <https://galio.cl/2023/10/20/el-doble-filo-del-ugly-core-cuando-vestirse-feo-es-solo-cool-en-cuerpos-flacos/>
- Guasch, A. (2005) Los lugares de la memoria: El arte de Archivar y Recordar. Materia. Revista del Departamento de Historia del Arte. Universidad de Barcelona, vol. 5, 2005, pp. 157-183. https://annamariaguasch.com/es/Publicaciones/Los_lugares_de_la_memoria:_el_arte_de_archivar_y_de_recordar
- Hall, S. (2010) “La cuestión de la identidad cultural” en Stuart Hall Sin garantías. Trayectorias y problemáticas en estudios culturales (Popayán/Lima/Quito: Envió Editores/IEP/Instituto Pensar/ Universidad Andina Simón Bolívar). <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7187/1/Hall%20S-Sin%20garantias.pdf>
- Lipovetsky G. (1990) El imperio de lo efímero La moda y su destino en las sociedades modernas (1ra Ed.). <https://paradigmasdelpensamiento.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/12/lipovetsky-gilles-el-imperio-de-lo-efimero-la-moda-y-su-destino-en-las-sociedades-modernas.pdf>
- Lipovetsky G. (1990) El imperio de lo efímero La moda y su destino en las sociedades modernas (1ra Ed.). <https://paradigmasdelpensamiento.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/12/lipovetsky-gilles-el-imperio-de-lo-efimero-la-moda-y-su-destino-en-las-sociedades-modernas.pdf>
- Lucena, Daniela, (2016). “Intervenir desde el vestido: sobre las acciones de “Las Inalámbricas” en los años ochenta”. Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas, 11(2), 111-132, 2016. <https://www.redalyc.org/pdf/2970/297048612006.pdf>
- Lugones, M. (2008). Colonialidad y género. Tabula Rasa, (9), 73-101. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39600906>
- Materia. Revista del Departamento de Historia del Arte. Universidad de Barcelona, vol. 5, 2005, pp. 157-183.

https://annamariaguasch.com/es/Publicaciones/Los_lugares_de_la_memoria:_el_arte_de_archivar_y_de_recordar

- Puentes, A. (2021, abril 9). La Bogotá moderna, contada desde una cobija cuatro tigres. El Tiempo. <https://www.eltiempo.com/bogota/la-bogota-moderna-contada-desde-una-cobija-cuatro-tigres-579928>
- Retana, C. (2009). Las artimañas de la moda: la ética colonial/imperial y sus vínculos con el vestido moderno. *Revista De Filosofía De La Universidad De Costa Rica*. Recuperado a partir de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/filosofia/article/view/7340>
- Rosales, V (2021) Epistemología decolonial de la moda. Podcast T7. Ep 9, Mujer Incomoda con Vanessa Rosales <https://open.spotify.com/episode/4kEnKvmn7FhD-1lrzMsO7R4?si=nWEWIlfqSueHyXoqXlrrRQ>
- Salazar, Edward. (2016). Estéticas en plural. *La moda popular en Bogotá*. Cuadernos de Antropología. 26. 51. 10.15517/cat.v26i2.26493. https://www.researchgate.net/publication/317124106_Esteticas_en_plural_La_moda_popular_en_Bogota
- Samuel, Ralph (ed.). *Historia popular y teoría socialista*, Crítica, Barcelona, 1984 <http://www.ram-wan.net/restrepo/hall/notas%20sobre%20la%20deconstruccion%20de%20lo%20popular.pdf>
- Squicciarino, N. (1998). *El vestido habla: consideraciones psico-sociológicas sobre la indumentaria*. Ediciones catedra S.A. <https://historia1pensamiento2.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/03/el-vestido-habla-nicola-squicciarino-.pdf>
- Squillace F. y Spencer H. (1902) Los inicios de la moda, Ignacio J (Ed). *El vestido habla* (pp 155 - 156). Ediciones catedra S.A <https://historia1pensamiento2.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/03/el-vestido-habla-nicola-squicciarino-.pdf>
- Vanegas Durán C. (2020) «Escritos y secciones de moda en la prensa yucateca: el refinamiento del gusto y la sensibilidad estética de los seguidores de las modas extranjeras, 1840-1920». *Estudios de historia moderna y contemporánea de México*, n.o 5: 107-39. <https://doi.org/10.22201/i-h.24485004e.2020.59.70468>