



Revista DeSignis No 1: La Moda, representaciones e identidad.

Editorial Gedisa, Barcelona, 2002
Federación Latinoamericana de Semiótica

Rafael DEL VILLAR

La Revista deSignis es el Organismo Oficial de la Federación Latinoamericana de Semiótica, y es publicada por la Editorial Gedisa, Barcelona desde el año 2001. En las palabras de su Directora, Lucrecia Escudero, el sentido de la revista ancla en que: *“las investigaciones semióticas de fuente latinoamericana han sido, históricamente hablando, un campo fragmentado que se incorpora muy tempranamente al funcionamiento académico. Hoy en día, y los lectores universitarios lo saben, las cátedras de Semiótica en Latinoamérica han proliferado y son las más pobladas del mundo en número de alumnos e inserción institucional”*, al mismo tiempo, su sentido es *“reivindicar al español y al portugués como lenguas vehiculares de ciencia”*.

La revista es temática, y el primer número de ella, que comentamos, está dedicada a la inteligibilización de *“La Moda: representaciones e identidades”*, desde un punto de vista semiótico. 18 artículos describen diferentes aspectos de la forma de funcionamiento de la moda como objeto cultural (escenarios), a su vez que se insertan 5 entrevistas a gente vinculada a la pragmática de la moda, tanto a nivel de los medios, de los analistas, como de la producción generadora (puntos de vistas). Se incluye un bibliografía específica referida al tema, como una *“Agenda Semiótica Latinoamericana”* relativa a eventos académicos.

Del número, es posible deducir los ejes constitutivos de la moda como fenómeno cultural desde una perspectiva

transdisciplinaria, mezclando descripciones semióticas de su manifestación textual propia (como “la sintaxis del accesorio y sus resemantizaciones de interrelación entre lo local y lo global”, de Lucrecia Escudero, como “la estrecha relación entre el maquillaje y la moda, desde el ángulo de la construcción de la identidad móvil y los juegos de rol, en un espacio de decoración del sí mismo”; como “la relación entre cuerpo- modacine”, de Patrizia Calefato; como la “especificidad del dispositivo cuerpo- cine- moda en el Cine Latinoamericano”, de Nora Mazziotti; como “las relaciones entre poder y moda durante el período de las guerras por la independencia latinoamericana”, de Regina Root; como el dispositivo semiótico de la Barbie en el imaginario colectivo”, de Ana Claudia de Olivera; como “el análisis de la moda en Brasil”, de los artículos de Lima de Carvalho, Celso Miranda, Benicio de Mello, Carol García y Castillo Cunha), con otras que interrelacionan la descripción semiótica con la sociología (como “las reflexiones de Walter Benjamin sobre la moda”, de Oscar Steimberg; como “las teorizaciones de Georg Simmel sobre la moda”, de Jorge Lozano; como “la reflexión sobre los límites de la metodología sociológica para explicar los comportamientos respecto a la moda de las mujeres asiáticas en búsqueda de proyectar una imagen de credibilidad y de competencia profesional”, de la socióloga hindú Parminder Bhachu; como “la descripción de la formación del gusto norteamericano a partir de la ética puritana descrita por Max Weber, Tarde y Veblen”, de Bruno Remaury; como “la interrelación entre moda y consumo”, de Giulia Ceriani), y otras que anclan en la inaplicabilidad de los dispositivos lingüísticos para el estudio de la moda (Ugo Volli).

Los ejes constitutivos del objeto cultural moda, descritos por dichos artículos, nos permiten aprehender que la moda es: un dispositivo cultural normativo deducible de su uso (desnudo/ cubierto, convencionalidad/ anticonvencionalidad, más una serie de convenciones estilísticas), un dispositivo ideológico de poder y visibilidad del cuerpo, una dimensión cultural, tecnológica y económica, etc. Dimensiones que podemos sintetizar en una referencia a Marcel Mauss, quién estudiando las

COMUNICACION y MEDIOS

prácticas del cuerpo entiende que no es posible referirse a la moda como un mero dispositivo semiótico sino que debemos hacer referencia a la noción de práctica cultural y simbólica; esto es, a la construcción/ deconstrucción de la identidad femenina/ masculina, de la iconización a través de las técnicas del maquillaje, de lo visible/ invisible que la ropa revela.