



**UNIVERSIDAD  
AUTÓNOMA  
METROPOLITANA  
Unidad Xochimilco**

**División de Ciencias y Artes para el Diseño  
Maestría en Ciencias y Artes para el Diseño  
Área de Estética, cultura y semiótica del diseño**

**Moda contemporánea: una relectura al *streetwear* a través del dandismo**

Idónea Comunicación de Resultados que para obtener el grado de Maestría presenta:

Ana Ilse Karina Ordaz Briz

Tutora: Dra. Araceli Soni Soto

Lectora: Dra. Diana Elena Barcelta Eguiarte

Lectora: Dra. Andre Marcovich Padlog

Ciudad de México. Diciembre del 2022

## **Agradecimientos**

Me gustaría agradecer a mi tutora, la **Dra. Araceli Soní Soto**, por darle cabida a mis ideas e impulsarlas, sin su apoyo y guía este trabajo no habría tenido los mismos resultados. También a mis lectoras, la **Dra. Diana Barcelata** y la **Dra. Andrea Marcovich**, sus comentarios fueron puntuales y apoyaron el desarrollo de este.

Además quiero agradecer a **Karely** y **Vladi** por siempre estar y por leerme al inicio de todo esto. A **Itzel**, **Hugo** y **César** por aconsejarme a la distancia, también a **Marisol** por compartir conmigo todo lo que sabe y sus comentarios certeros.

A **Alejandra**, mi mamá, a **Ricardo**, mi papá y mis hermanos por dejarme llegar hasta aquí sin ponerme peros. Por último pero no por ello menos importante, a **Ricardo**, sin querer formaste parte de esto desde el principio, comprendiste los tiempos, el proceso y los cambios de humor. Gracias por llegar y querer quedarte, te quiero.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (**CONACYT**) por apoyar a bien la formación de investigadores y ser parte esencial de este proyecto.

A la Universidad Autónoma Metropolitana (**UAM**), por abrirme sus puertas y hacerme sentir bienvenida para el desarrollo de esta investigación.

17 de noviembre de 2022

Asunto: Carta de visto bueno de la ICR

**Coordinación de Maestría en Ciencias y Artes para el Diseño**  
**Ciencias y Artes para el Diseño**  
**P R E S E N T E**

Por este medio le informo que he revisado y autorizado la ICR del alumno(a) Ana Ilse Karina Ordaz Briz con matrícula 2193800352 que pertenece a la Maestría en Ciencias y Artes para el Diseño.

Título de la ICR: "Moda contemporánea: una relectura al streetwear a través del dandismo".

Agradezco la atención prestada a la presente y le envío un cordial saludo.

**A T E N T A M E N T E**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Araceli Soní Soto', enclosed within a large, loopy oval flourish.

Doctora, Araceli Soní Soto  
Tutora de la ICR

## Introducción

1. El dandismo y su correlación con las imágenes del *streetwear*
  - 1.1 Metodología para el estudio del *streetwear*
  - 1.2 Técnicas de investigación
  
2. Transformaciones socioculturales en la indumentaria
  - 2.1 El acto de vestir
  - 2.2 Panorama general
  - 2.3 Un atajo entre lo público y lo privado
  - 2.4 La industria de la novedad
  - 2.5 Volver hacia la naturaleza
  - 2.6 Más allá de cubrir el cuerpo...
  - 2.7 Una época de cambio
  - 2.8 Un nuevo milenio, múltiples alternativas
  
3. El paso a nuevas costumbres: del dandismo al *streetwear*
  - 3.1 Dandismo
  - 3.2 Quizás el género masculino no renunció, sólo se adaptó
  - 3.3 Y así llegó el dandi
  - 3.4 La calle impuso moda
  - 3.5 *Streetwear*
  - 3.6 El gusto y la elección de un estilo
  - 3.7 Liberar al cuerpo por medio de la ropa: un diálogo entre dandismo y *streetwear*
  
4. Un estilo a través de imágenes en *Instagram*: asociaciones visuales entre *streetwear* y dandismo
  - 4.1 Bill Cunningham y el retrato de moda en las calles como antecedente de la moda en *Instagram*
  - 4.2 *Instagram*: El nuevo escaparate
  - 4.3 Asociaciones visuales
  - 4.4 Análisis de propuestas visuales: Stüssy y Tony Delfino

## Conclusiones

## Bibliografía

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo investigar las relaciones visuales entre dos estilos de indumentaria. Por un lado el dandismo utilizado a lo largo del siglo XIX y el *streetwear*, cuya producción comenzó a finales del siglo XX y su auge ha sucedido en lo que va del siglo XXI.

Para el desarrollo de este trabajo se puso énfasis en la revisión de los antecedentes históricos que dieron pie al uso de prendas que con el tiempo fueron esenciales tanto para el dandismo como para el *streetwear*. El uso de prendas que liberaron el cuerpo de elementos que limitaron el movimiento en siglos anteriores, fue un aspecto que aumentó el interés por llevar ropa deportiva más allá de las actividades que la requirieran. Por otra parte y una vez que los precedentes sobre indumentaria fueron sentados, entonces se procedió a la exploración de las correspondencias visuales a partir de imágenes producidas para la difusión de *streetwear* en redes sociales. En la parte final de este proyecto se corroboran las relaciones entre dandismo y *streetwear* a partir de las conexiones visuales, del análisis a través de su discurso y sobre todo desde las pautas marcadas por el dandismo en el siglo XIX y su transmisión a partir de ciertas prendas y rasgos imprescindibles para el *streetwear*.

**Palabras clave:** *Streetwear*, Dandismo, Imagen, Redes sociales, Ropa deportiva y Diseño de indumentaria.

## Introducción

El siglo XXI trajo consigo diferentes estilos en el diseño de indumentaria, el *streetwear* es uno de éstos, sus procesos de planteamiento, producción y comercialización han adquirido gran importancia en aspectos sociales, culturales y económicos. A partir de esto, se propone una revisión de este estilo desde la construcción de su imagen como posible representación del dandismo en este siglo.

Para comprender de mejor manera la temática de este trabajo es necesario revisar los motivos que dieron pie a la búsqueda de otros significados a través de la indumentaria.

En un primer momento mi interés estuvo centrado en los retratos femeninos realizados por diferentes artistas a lo largo del siglo XIX, sobre todo en México y en España. Varios de estos artistas pusieron gran esmero en representar la esencia del protagonista del retrato a través de su vestimenta, los accesorios o los elementos que formaban parte de la escenografía en cada cuadro. Para la sociedad del siglo XIX, el retrato representó una forma de sentar precedente sobre su paso por este mundo pero, sobre todo, dejó claro su lugar dentro de la sociedad y la posibilidad de adquirir un retrato personalizado.

El retrato a lo largo del siglo XIX fue un género bastante socorrido, la sociedad buscó la manera de permanecer en el tiempo a través de la pintura. Entonces la selección de prendas y de objetos con los que se representaban, también fueron el reflejo de sus gustos y de la época.

Con el paso del tiempo y la evolución en el uso de técnicas artísticas llegó la fotografía, gradualmente el retrato alcanzó a otras clases sociales. El auge de la fotografía y la fidelidad que ofrecían causó que los interesados pagaran altos costos por permanecer en una imagen. Los protagonistas fueron inmortalizados con prendas y objetos que reflejaron sus gustos, su posición social, etc. La preferencia por esta técnica prevaleció debido a la fidelidad de la imagen, a pesar de los tiempos de exposición para conseguir los resultados esperados. Como resultado, la imagen, tanto en pintura como en fotografía adquirió otros significados.

Con relación a ello, las representaciones en retratos y autorretratos permitieron ahondar en la esencia del protagonista, en detalles sobre la época en la que se realizó dicha representación, etc.

Además de capturar un instante en la vida de la persona, también se logró detener un momento en la historia, como si éste permaneciera en reposo.

Más adelante, mi interés por los objetos a través del tiempo se centró en la indumentaria, si bien determinados objetos son testimonio de algunos momentos en la historia, considero que la vestimenta lo hace de manera más específica, además, manifiesta la personalidad de quien la lleva.

Gradualmente puse más y más atención en las prendas que aparecían en retratos, como lo mencioné al inicio, primero en el siglo XIX y poco a poco en otros momentos reconstruidos en imágenes.

Sucede de manera similar en fotografías realizadas en tiempos recientes, regularmente los elementos que forman parte de su composición, dejan ver más allá de lo evidente y, en muchas ocasiones, es posible identificar su finalidad por medio de la misma, sin necesidad de buscar información adicional.

El conjunto de estas características detonaron mi interés por revisar las imágenes sobre la indumentaria. Para llevarlo a cabo decidí poner en contraste dos estilos pertenecientes a dos épocas caracterizadas por ser consideradas de transformación.

De manera general, los conceptos principales de este trabajo son: el dandismo y los hilos que lo unen al *streetwear*. Por una parte, el dandismo, como consecuencia de las transformaciones sociales y culturales, tuvo resonancias también en la indumentaria. En el siglo XIX, marcó un momento determinante para la conformación del estilo en la ropa masculina.

Por otro lado, a finales del siglo XX e inicios del siglo XXI, comenzó a definirse lo que hoy conocemos como *streetwear*, un estilo que es reflejo de los cambios sociales y, sobre todo, de la necesidad de adaptación de las prendas para el día a día. Su construcción retoma elementos de subculturas<sup>1</sup> surgidas entre los años ochenta y noventa como el *graffiti*, el *surf*, el *skate* y el *hip hop*; el *streetwear* empezó a ser determinante para la moda masculina y su uso va en ascenso.<sup>2</sup> A esto se suma la importancia de la producción de imágenes para la difusión de este estilo, promovidas a través de plataformas como *Instagram* debido al alcance social de la misma y no necesariamente a partir de publicidad pagada en medios

---

<sup>1</sup> Para otra definición sobre las distintas subculturas se recomienda la revisión del texto: *El lenguaje del vestido* Alicia Michavila Díaz.

<sup>2</sup> Actualmente no existe una definición definitiva sobre *streetwear*, muy probablemente porque es un fenómeno que se desarrolla en el presente, aunque para conocer más sobre el tema sugiero la revisión del siguiente artículo: <https://strategyand.hypebeast.com/streetwear-report-history-definition>

tradicionales. Es desde el significado de las imágenes para la difusión de este estilo en lo que me concentraré, debido a su producción fuera de los lineamientos o cánones establecidos por la publicidad utilizada en la alta costura y en la moda rápida. Todo esto se une a la trascendencia del cambio generacional y con ello a la transformación de los intereses y las formas de consumo, específicamente de la generación *millennial* y actualmente de la generación Z. Cuyos hábitos han marcado el aumento y la proliferación de medios como *Instagram*. De ahí la oportunidad de promover esta red social como un medio de adquisición y venta de productos, pero además de un estilo de vida por medio de las imágenes.

Más allá de replicar los antiguos modelos de expansión y aun cuando la publicación de medios impresos y revistas especializadas en moda permitió el ascenso de otros estilos, éstas no son un referente para las propuestas de *streetwear* que fueron caracterizadas, desde el comienzo, por utilizar otras vías para su difusión. La construcción de redes con personas y medios con intereses similares fue esencial para el crecimiento del *streetwear*; con el paso del tiempo estas formas de organización, difusión y consumo fueron creciendo, gracias al Internet y al uso de redes sociales, debido a la facilidad para llegar a más personas.

Aunque actualmente la finalidad de *Instagram* se centra en la comercialización de productos, en sus inicios su objetivo se centró en la posibilidad de compartir imágenes que no necesariamente cumplieran con estándares profesionales. Por otro lado, en la actualidad y a pesar de que es posible consultar en Internet diversas referencias y datos sobre la cantidad de usuarios, género, etnia, etc, la página oficial de *Instagram* no confirma estos datos, que en realidad pertenecen a estadísticas realizadas por empresas fuera de la red social, por ello no es posible garantizar que estas cifras sean correctas. Aunque la cantidad de seguidores que registran las marcas de *streetwear* seleccionadas para este trabajo, reflejan la importancia del uso de *Instagram* como medio de comunicación con el usuario.

La problemática antes descrita me condujo a plantearme la siguiente hipótesis: El diseño de *streetwear* retoma prendas y actitudes del dandismo que resignifica en la actualidad por medio de catálogos realizados para *Instagram*, donde las imágenes de los mismos permiten asociar el dandismo al *streetwear*. De la cual derivaron un conjunto de interrogantes: ¿Cuáles fueron los antecedentes históricos en materia de indumentaria en el siglo XIX?; ¿Cuáles fueron las causas que propiciaron el proceso de adaptación en la vestimenta?; ¿Cuáles fueron los principios

marcados por el dandi en el siglo XIX?; ¿Qué características comparten el *streetwear* y el dandismo?; ¿Qué factores sociales, culturales y económicos intervinieron en la consolidación y auge del *streetwear* en la actualidad?; ¿Es posible encontrar rasgos similares entre el dandismo y el *streetwear* en imágenes?.

El diseño de *streetwear* comenzó a plantearse a finales del siglo XX y su configuración a través de imágenes empezó a estructurarse de manera más concreta, a inicios del siglo XXI. Por una parte, gracias a las condiciones sociales: la necesidad de liberar el cuerpo mediante el uso de ropa apta para la realización de actividades cotidianas, por otra, debido a la proliferación de imágenes a través de las redes sociales. Mi propuesta se centrará en la revisión de imágenes realizadas por dos marcas de *streetwear* y por la producción de *lookbooks*<sup>3</sup> publicados en *Instagram*, como escaparate, durante la temporada otoño - invierno de 2020. A partir de este análisis realizaré las conexiones entre el dandismo durante el siglo XIX y su manifestación en la creación de imágenes para la difusión de *streetwear* en el siglo XXI, específicamente entre Nueva York y la Ciudad de México.

El objetivo general de este trabajo es analizar las implicaciones sociales y culturales sobre el auge actual del *streetwear*, su evolución a través de imágenes producidas para su difusión y, a partir de ello, su posible vínculo con la figura del dandi por medio de algunos principios y comportamientos de quienes fueron afines a este estilo a finales del siglo XIX. Para lograrlo me propongo alcanzar los siguientes objetivos particulares: revisar los antecedentes históricos generales sobre el desarrollo de la indumentaria, específicamente a partir del siglo XIX y la manera en que se han adaptado en el siglo XXI. Asimismo, comprender los factores históricos y económicos que dieron lugar a la evolución de la moda y, sobre todo, de ambos estilos: el dandismo y el *streetwear*. Además, pretendo analizar la manera en que la ropa deportiva permitió el tránsito hacia el *streetwear* y comparar y revisar la figura del dandi durante el siglo XIX, así como su representación en la construcción de imágenes características de dos propuestas de diseño de *streetwear* en el siglo XXI. También estudiaré algunos principios significativos del dandi en el siglo XIX y su posible representación en el *streetwear* en el siglo XXI a través del análisis formal de dos imágenes.

---

<sup>3</sup> Se traduce de manera literal como: catálogo y es una colección de imágenes que usan los diseñadores para presentar sus colecciones o avances de las mismas en cada temporada. Estos catálogos solían ser impresos pero con el uso y popularidad de medios digitales, su elaboración se volvió digital y en la actualidad las redes sociales funcionan como una vía para su difusión.

En la actualidad, no existen antecedentes directos sobre trabajos que aborden enteramente la temática propuesta, donde se relacionen el dandismo y el *streetwear* a través de la construcción de una imagen en una fotografía. Sin embargo, se han realizado otras investigaciones que retoman el *streetwear*, pero desde aspectos económicos, de consumo y a partir de la innovación que caracteriza a este estilo. Cabe mencionar que también se han realizado trabajos donde se revisó el dandismo pero desde su desarrollo a finales del siglo XIX o más recientemente en una comunidad perteneciente al Congo<sup>4</sup> en el continente africano.

Por otro lado, el diseño de indumentaria regularmente está asociado a aspectos culturales y sociales, en los que también se involucra la moda. Asimismo, la construcción de imágenes para su difusión y su comercialización, junto a otros factores, generan experiencias estéticas. Entre algunos trabajos elaborados anteriormente en relación al diseño de *streetwear* se encuentran: “Ismos del *streetwear*” (2018) realizado por Agustina Moliterno como proyecto de graduación para la Universidad de Palermo en Argentina, también “Moda, Comunicación y Poder: ¿Qué vestimos, por qué y qué queremos decir con eso?” (2016) por Victoria Nannini para obtener el grado de Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad Nacional de Rosario y, por último, “Moda, marcas e identidad. El papel de las marcas de moda en la construcción de la identidad personal” (2015) por Jordi Iglesias Martínez en la Universitat Ramon Llull.

Además se han realizado algunos trabajos publicados donde se aborda la trascendencia del diseño de *streetwear* y su impacto social, cultural y, en gran medida económico. Entre ellos se encuentran: *The New Luxury: Defining the Aspirational in the Age of Hype*, (2019) publicado por la editorial Gestalten en colaboración con uno de los medios de comunicación más relevantes para el diseño y principalmente para el *streetwear*, *Hignobility*. Bajo esa línea, también se identificó un reporte<sup>5</sup> sobre el impacto del *streetwear*, realizado por otro medio, *Hypebeast* (2019), en el cual se analiza el impacto económico y la manera en que este estilo comenzó a romper con los esquemas de diseño, producción y ventas.

---

<sup>4</sup> Para más información sobre el desarrollo de este estilo, se recomienda la lectura del siguiente artículo: [DANDI DEL CONGO - SSSTENDHAL magazine](#)

<sup>5</sup> <https://strategyand.hypebeast.com/streetwear-report>

La contribución de mi proyecto radica en la innovación del tema. Hasta el momento, no se ha realizado el análisis de imágenes que relacionen el dandismo con el *streetwear*. La base de este proyecto se desarrolla a partir de un fenómeno que sucede actualmente e involucra al diseño de este estilo como elemento que detona procesos sociales y, por lo tanto, por tratarse de una expresión que probablemente definirá a una generación por las particularidades de su planteamiento. Por otro lado, es importante problematizar el diseño de indumentaria, en específico del *streetwear* en el presente como evidencia de la evolución en las necesidades humanas y su significación en el mundo contemporáneo por su carácter enfocado en la practicidad y la comodidad.

Los resultados de este trabajo apuntan al desarrollo e impulso de la discusión sobre el diseño de indumentaria pero, principalmente, del *streetwear*, debido al crecimiento en su producción, comercialización y, sobre todo, por el interés actual en este estilo.

## **1. El dandismo y su correlación con las imágenes del *streetwear***

### **1. 1. El dandismo de fines del XIX y el *streetwear***

Mi investigación se centrará en la revisión del dandismo surgido a finales del siglo XIX y su posible evolución en el siglo XXI a través de la construcción de imágenes para la difusión de *streetwear*.

El dandismo y sus hilos conductores pueden ser reconocidos en representaciones visuales realizadas para el uso de *streetwear* en la actualidad que, a su vez, funcionan para reconocer sus implicaciones socio-culturales y el impacto de ambos estilos en lo colectivo. Sobre esta línea Roland Barthes publicó un texto donde retoma el dandismo; en él menciona:

[...] el dandismo era creación, el dandi *concebía* su atuendo, exactamente como un artista moderno concibe una composición a partir de materiales corrientes (por ejemplo, papeles en *collage*); ello significa, en definitiva, que un dandi no podía comprar su vestuario (Barthes, 2003: 406).

Para complementar esto último me parece importante hacer referencia al texto de Georges Didi-Huberman: *Cuando las imágenes tocan lo real*; en este se hace una reflexión sobre la impresión que causa la imagen contra la realidad por medio de su paso por la mente. Didi-Huberman menciona la fuerza de las imágenes en la memoria y nuestra concepción del mundo, sobre esto, alude al *Atlas Mnemosyne* de

Aby Warburg, las láminas que lo componen y los contrastes entre las imágenes, la realidad y el momento en el que fueron captadas. Al mismo tiempo, la estética guarda grandes correspondencias con el vestido, aún a pesar del corto tiempo de estudio que se le ha dedicado, debido a la idea que se mantiene sobre el vestido como algo superficial y sin mayor trascendencia. En gran medida se debe a algunos antecedentes, tales como el texto: *Teoría de la clase ociosa* de Thorstein Veblen, donde sólo es posible ver la vestimenta como algo banal que se ocupa de exaltar la opulencia sin ahondar en su función real en la vida diaria. Aunque con el paso del tiempo, estas ideas fueron quedando en el pasado y los estudios relacionados a la moda y a la indumentaria retomaron otras perspectivas. La vestimenta comenzó a reconocerse como un aspecto esencial para la sociedad, para la cultura y como una expresión estética<sup>6</sup>. Por otro lado, también existe el interés por re-significar aquellas manifestaciones consideradas ordinarias pero que, al mismo tiempo, han sido consideradas sustanciales para el rumbo del ser humano. Sobre esa línea retomaría el concepto que propone Lipovetsky:

La moda ha adquirido una connotación joven, debe expresar un estilo de vida emancipado, libre de obligaciones y desenvuelto respecto a los cánones oficiales [...] El chic de buen gusto, «clase» y distinción de la Alta Costura ha quedado desacreditado por unos valores que dan prioridad a la ruptura de las convenciones, a la audacia y a los guiños, que valoran más la idea que la realización, el impacto emocional que la virtuosidad, y más la juventud que la respetabilidad social (Lipovetsky, 1987: 148).

Parte de los antecedentes históricos de este proyecto están basados en el texto: *Breve historia de la moda* de Giorgio Riello, que en un inicio funcionó como texto base, pero que gradualmente se fue complementando con otros que se consideraron fuentes primarias, tales como: *Breve historia del traje y la moda* (2016) de James Laver y *Adorned in dreams. Fashion and modernity* (2003) de Elizabeth Wilson.

Para la revisión de aspectos sociales y culturales en el siglo XIX se consultaron: *El declive del hombre público* de Richard Sennett (1976), *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes* (2002) de Susan Buck-Morss y *El libro de los pasajes* (2004) de Walter Benjamin. Todo esto con el fin de construir un panorama general sobre los precedentes que dieron paso, en un primer momento, a la confección de ropa deportiva, el romanticismo y el desarrollo

---

<sup>6</sup> En el texto: *El imperio de lo efímero* de Gilles Lipovetsky es posible revisar esta evolución sobre la manera en que la moda ha sido tratada a lo largo del tiempo. La forma en que se convierte en industria, las distinciones entre alta costura, ropa para todos los días, etc.

del dandismo a finales del siglo XIX. Esto, aunado al antecedente visual del trabajo realizado por Bill Cunningham como creador del *street style* y una revisión de su archivo en: *Bill Cunningham: On the street: Five decades of iconic photography* (2019).

Se han realizado distintos artículos que hacen mención sobre el *streetwear*, su proceso de legitimación en la industria de la moda y, principalmente, la forma en que los diseñadores de marcas de lujo y de la industria de moda rápida pusieron el ojo en este estilo que aumentó sus ventas de manera exponencial en los últimos años.

Aunque existen referencias sobre el dandismo y el *streetwear*, por separado, es importante recordar que hasta el momento no se ha realizado algún trabajo que relacione ambos estilos a partir del análisis de imágenes y su comparación con el discurso propuesto por el dandismo.

De manera general, estos son algunos autores de los que parto para desarrollar mi hipótesis.

## **1.2 Metodología para el estudio del *streetwear***

Para el desarrollo de este trabajo resalta el carácter exploratorio del mismo, es por ello que se realizará bajo un enfoque cualitativo. En un principio se revisará el trasfondo histórico visto desde los procesos de desarrollo de la vestimenta, así como sus implicaciones sociales y culturales. Se implementará el proceso de algunas investigaciones realizadas previamente basadas en el método de la teoría fundamentada (TF) propuesto por Barney Glaser y Anselm Strauss, cuya línea principal se centró en la indumentaria pero con propósitos distintos. A través de la revisión de éste trabajo pude identificar la similitud del proceso de recolección de datos e información para su análisis y su comparación en un segundo momento.

La intención es demostrar que el diseño de indumentaria, específicamente el *streetwear*, tiene la posibilidad de significar algo más que sólo un atuendo efímero, por ello se comenzará con los antecedentes de manera breve y general del siglo XIX, con el objetivo de empezar a detallar el origen de lo que conocemos como dandismo y sus primeros ecos en la sociedad, hasta nuestros días.

La utilización de la metodología basada en la teoría propuesta, dada la naturaleza de esta investigación y la temporalidad del fenómeno, ayudará a confirmar la hipótesis; sobre su aplicación Páramo citando a Guillemette: “En oposición a las aproximaciones hipotético-deductivas, Glaser y Strauss definieron la TF como una “aproximación inductiva en la cual la inmersión en los datos sirve de punto de partida del desarrollo de una teoría sobre un fenómeno” (Guillemette, 2006: s/n).

Por la singularidad de este proyecto y la poca literatura en torno a la hipótesis, esta metodología se adapta a las necesidades propias del trabajo: “Según Strauss y Corbin (1998), la TF puede ser utilizada sobre todo en el campo de las ciencias sociales. El requisito principal es que se trate de una investigación orientada a generar una teoría de un fenómeno, o que se desarrolle en un área en la que no existen explicaciones suficientes y satisfactorias” (Jones y *et al.* 2004: s/n).

### **1.3 Técnicas de investigación**

Para el desarrollo de este proyecto, basado en gran medida, en el análisis de la imagen, se considera pertinente inclinar el estudio hacia un análisis iconográfico. De esta manera es posible conocer más sobre un momento determinado. Sobre esto se menciona:

La imagen es capaz de hablar por sí misma, lo cual hace que todo acto fotográfico sea una construcción social compleja, por cuanto refleja y transforma, informa y comunica, enuncia y oculta; es decir, está en capacidad de moldear y transformar el discurso e instituirse como un poder por sí misma. La imagen, como modo de representación, entabla una relación con la realidad y se constituye en un elemento de construcción de sentido individual y colectivo, que generaliza y diferencia, por lo cual es un acto cognitivo (Rodríguez, 2006: s/n).

Aunque también se utilizarán las comparaciones teóricas, en el capítulo final, para el análisis de las imágenes se utilizarán conceptos de los textos realizados por María Acaso: *El lenguaje visual* (2006) y *Esto no son las Torres Gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes* (2016) de Gottfried Boehm en *Cómo generan sentido las imágenes* (2017) y de *Desplazamientos de la imagen* (2013) de Elsie Mc Phail.

## **2.Transformaciones socioculturales en la indumentaria**

### **2.1 El acto de vestir**

A lo largo de la historia, los seres humanos han transcurrido por diferentes circunstancias, durante estos trayectos la indumentaria se volvió una forma de segunda piel que ha conseguido adaptarse a cada momento y espacio. Aunque en estas etapas, el vestuario, su confección y diseño se mantuvieron en segundo plano, debido a que frecuentemente se les consideró algo superficial, un capricho o un producto más del consumismo. Usualmente se hizo énfasis en revisar la moda como un aspecto banal, producto de la industria del consumo y objeto de las pasarelas de alta costura inalcanzables para el grueso de la población, sin tomar en cuenta todos los aspectos que se involucran en su desarrollo. Esta exploración también pretende revisar esos otros aspectos que se involucran en la moda, el diseño de indumentaria y la manera en que se encamina hacia la búsqueda del equilibrio entre las necesidades del consumidor y el cuidado por la forma y el estilo. Es decir, pensar la moda como parte de la historia y la evolución del ser humano. A partir de esto se retoma un fragmento donde Gilles Lipovetsky menciona: “Más allá de la transcripción puntillista de las novedades de la moda hay que intentar reconstruir los grandes caminos de su historia, comprender su funcionamiento, liberar las lógicas que la organizan y los vínculos que la unen al todo colectivo” (Lipovetsky, 1996: 24).

En otras palabras, este trabajo revisará la indumentaria como parte fundamental para el cambio de costumbres, sus efectos de manera social y cultural y la forma en que la vestimenta logró satisfacer las necesidades del ser humano como: permitir la libertad del cuerpo, su adaptación para las actividades diarias, sin restringir el movimiento, además de cubrirlo de las inclemencias climáticas y sin imponer limitaciones sobre género, tallas, tonos de piel, etc.

### **2.2 Panorama general**

Realizar una revisión histórica que involucre aspectos sociales y culturales a través de la indumentaria significaría una tarea colosal; llevarla a cabo requiere un trabajo aparte, dividido en secciones que tomen en cuenta aspectos cronológicos, culturales, geográficos, económicos, etc. Es por ello que este apartado propone una lectura bastante general sobre algunos momentos significativos para el desarrollo de lo que actualmente conocemos como moda y su transformación en industria. Me parece importante señalar que la razón por la que comenzaré este recorrido en

Europa hasta llegar a América del Norte es porque el estilo del *streetwear* fue producto de este proceso, aunque cabe aclarar que éste influyó en Latinoamérica de manera gradual.

Volver la mirada atrás, hacia determinada época histórica, regularmente requiere de un soporte visual que nos ayude a completar la referencia, aún a pesar de que ésta sea leída o narrada. Por tanto, la imagen y su construcción se convierten en un referente esencial para intentar reconstruir la historia.

Construir una imagen, en primera persona, como confección de una identidad y luego proyectarla, es una actividad que fue influida en gran medida por los procesos sociales, económicos y culturales a través del tiempo. El uso de determinadas prendas en algún momento histórico lleva consigo una carga de transformaciones que van más allá de lo banal, bajo esa premisa Elizabeth Wilson escribe:

Clothes are among the most fraught objects in the material world of things, since they are so closely involved with the human body and the human life cycle. They are objects, but they are also images. They communicate more subtly than more objects and commodities, precisely because of that intimate relationship to our bodies and ourselves, so that we speak (however loosely) of both a 'language' and a 'psychology' of dress (Wilson, 2003: VII).

En consecuencia y debido a los grandes avances en la producción y confección de vestimenta, el periodo comprendido entre la segunda mitad del siglo XVIII y la primera del siglo XIX fue determinante para una sociedad que pretendía dejar atrás ciertas costumbres, pero al mismo tiempo mostraba resistencia hacia la modernidad.

A finales del siglo XVIII, Gran Bretaña fue escenario de la revolución industrial, al mismo tiempo fue parteaguas para la proliferación de otras acciones que repercutieron en distintos aspectos sociales. Esta etapa significó un gran aporte para la producción de indumentaria y el consumo de la misma, mientras que en los siglos anteriores la vestimenta con mayor detalle y confección era exclusiva de las clases sociales con poder adquisitivo. La corte, el grupo de personas que rodeaban a la realeza comenzó a ocasionar excusas para lucir sus atuendos fuera de sus espacios de residencia, pero otra parte de la población también empezó a tener ciertos privilegios antes destinados únicamente a la realeza.

Con los cambios propiciados por los movimientos políticos y económicos de la época, los comerciantes no sólo estuvieron a cargo de la distribución de su mercancía, sino que además se desarrollaron en otros puestos que les permitieron adquirir poder económico, político y social. De tal modo que la

vestimenta, cuyo principal objetivo durante el feudalismo fue la distinción de clases sociales, para este momento adquirió otro valor. Tanto mercaderes, como banqueros o cualquier otro con poder adquisitivo tuvo la posibilidad de vestirse a la moda, con ropa confeccionada con materiales iguales a los de la realeza. La posición social dejó de ser exclusiva del linaje y el gusto por la indumentaria no fue relacionado únicamente al género femenino. El dinero adquirió otro sentido: más que otorgar a la gente un nivel privilegiado dentro de la sociedad, ofreció la posibilidad de conseguir otro estilo de vida.

Además de afianzarse como un símbolo de estatus entre la corte y la sociedad con poder adquisitivo, la moda también representó avance y modernidad. Mientras que en los siglos anteriores la vestimenta con mayor detalle y confección era exclusiva de las clases sociales altas, en este siglo, la moda se convirtió en un aspecto que comenzó a influir en toda la sociedad. Una vez que otras clases sociales, fuera de la corte, tuvieron acceso a la compra de algunos complementos que les permitieran estar a la moda, a causa de los altos costos que aún mantenía la confección de vestidos más elaborados o a la medida, también se crearon pretextos para salir a las calles, más allá del trabajo o el cumplimiento de deberes. Entonces la ciudad se convirtió en otro espacio de venta y exhibición de distintas mercancías en las que obviamente se incluyó la indumentaria.

El consumo de moda se transformó, en gran medida, por la posibilidad de adquisición por parte de otros sectores sociales, pero también por los cambios políticos. La Revolución Francesa y la Revolución Industrial contribuyeron estrechamente para el proceso de crecimiento en la producción de vestimenta y, en consecuencia, en el uso y compra de la misma. Entre otras cosas, el siglo XVIII significó un avance a pasos agigantados para la vestimenta. La inclusión de otros materiales en la confección de prendas que en tiempos anteriores eran realizadas con lana, lino y seda para aquellos que podían costearlo, hizo que el algodón tomara la delantera en la confección de nuevas prendas. Cabe mencionar que el uso de estos materiales se debió a la facilidad de producción en Europa, ya que el algodón era una planta difícil de cultivar en ese continente debido a las condiciones climáticas. Es por ello que las prendas confeccionadas con algodón eran traídas de Asia.

Al formalizarse la venta de telas producidas con algodón, el consumo de las mismas aumentó, dejó de ser un privilegio de la corte. El fervor por su uso se debió a la nobleza del material, mientras que el lino o la lana requerían cuidados y

un tratamiento especial, además de presentar resistencia al momento de teñirse, el algodón, por el contrario, fue una alternativa bastante flexible. La suma de estos elementos permitió que las telas producidas con algodón llegaran a más estratos sociales. Entre los colores y los estampados que caracterizaron a estos textiles, el algodón se convirtió en el vértice de lo que se transformaría en una industria textil. Así, el siglo XVIII fue cómplice de la evolución en los procesos relacionados a la indumentaria. Desde el consumo de prendas, el comienzo en el desarrollo de estrategias para atraer a más interesados en llevar las últimas novedades en cuanto a vestimenta y desarrollo de maquinaria que permitiera la producción de algodón en Europa para satisfacer la solicitud de miles, tal vez millones de interesados en vestir a la moda.

Las bases ya estaban sentadas, el siglo XVIII fue el preámbulo de la transformación que se avecinaba. Las revoluciones de los siglos anteriores marcaron un momento significativo para la sociedad de este nuevo siglo, con ello, el cambio de costumbres en todos sentidos fue inevitable. Con el paso del tiempo y los avances tecnológicos, las tareas de hombres y mujeres los obligaron a buscar o generar alternativas de vestuario que les permitieran continuar con su día a día. Las necesidades de ambos géneros propiciaron la confección de prendas para el uso de nuevos medios de transporte acordes al nuevo siglo y a la realización de sus labores diarias. A la distancia, este periodo representó un ir y venir entre las ideas y las costumbres del pasado y la adecuación al nuevo presente que significaba progreso y renovación. La balanza entre necesidad y ornamento volvió a oscilar, si bien el vestido siempre ha formado parte inherente del ser humano, en este siglo, también significó la posibilidad de construir una identidad, más cercana al buen gusto y más allá del linaje o la pertenencia a determinada familia<sup>7</sup>.

En suma, la vestimenta consiguió adquirir diferentes cualidades de acuerdo a la intención de proyectar en las prendas utilizadas para realizar las múltiples actividades diarias. La indumentaria, de forma gradual, permitió manifestar ideologías, crear una personalidad y mostrar al resto de la sociedad aquello que era necesario evidenciar. Facilitó la posibilidad de exteriorizar una identidad para expresar diferentes tipos de mensajes y al mismo tiempo favoreció el cambio

---

<sup>7</sup> Con el ascenso de la burguesía en el panorama económico y social, las prácticas realizadas por la monarquía fueron quedando en el pasado. Aún cuando algunas familias pertenecientes a la realeza, mantuvieron algunas costumbres, con el paso del tiempo, la modernidad y los movimientos sociales frenaron el estilo de vida característico de esa clase que fue alejándose de las nuevas costumbres pero no necesariamente se trasladó en la eliminación de las diferencias entre clases sociales pero sí ofreció la oportunidad de ascender en la escala social a partir de las posibilidades económicas.

constante en su uso cotidiano; la herencia familiar o la jerarquía dentro de la sociedad dejó de ser un factor determinante para el uso de ciertos colores, prendas y textiles, sobre esto Wilson plantea:

In the static medieval world 'every costume was to some extent a uniform revealing the rank and condition of the wearer', but now this old order was being replaced by a modern class society in which work with its fluctuating fortunes, rather than rank and hierarchy ordained by lineage, was an important determinant of an individual's status (Wilson, 2003: 24).

Una vez que los avances en tejidos y maquinaria comenzaron a asentarse dentro de la sociedad, esta última volvió a hacer todo lo posible por marcar distinciones claras entre una clase y otra. A través del uso de determinados distintivos, lenguaje, educación y modales, el interés se centró en dejar claro que sin importar el poder adquisitivo, las clases y las diferencias sociales no desaparecerían. La refinación y la pertenencia a determinados linajes mantendría esa línea de separación entre cada clase sin importar la posibilidad adquisitiva.

Por otro lado, a pesar de los esfuerzos realizados para dejar atrás el traslado de telas y la compra a otros países, el uso de maquinaria para la producción de telas en Europa no significó que se solucionaran otros aspectos como la confección de prendas de forma manual. A inicios del siglo XIX se contaba con una amplia gama de posibilidades en lo referente a tejidos, pero aún no se resolvían procesos de confección. Para este punto, las prendas aún eran fabricadas de forma manual. La solución fue encontrada por un sastre perteneciente al ejército francés. En ese momento la confección de uniformes para el ejército fue primordial, la demanda de estas prendas era demasiado alta en comparación a la capacidad de producción. Fue así como surgió el primer acercamiento a la máquina de coser como la conocemos actualmente. Con el paso del tiempo, se hicieron modificaciones a aquel aparato rudimentario fabricado por Barthélemy Thimonnier<sup>8</sup> que significó otro ascenso en la confección de vestimenta.

Cuando los tejidos y la elaboración de prendas dieron inicio a su producción en masa vino la adopción y estandarización de tallas; entonces fueron quedando atrás los trajes hechos a la medida. Como se ha mencionado, gradualmente el uso de determinadas telas y la confección de prendas elaboradas exclusivamente para la realeza se modificó con el ascenso de la burguesía, además del acceso a todas las clases sociales y el uso de los avances en maquinaria, sobre esto Susan Buck

---

<sup>8</sup> Para más detalles acerca del desarrollo de la máquina de coser, se sugiere la consulta del texto: *Breve historia de la moda* de Giorgio Riello.

menciona: “El *passagen-Werk* nos dice que la <<moda>> se extiende a las clases bajas en el siglo XIX. 1844 «el algodón reemplaza al brocado, al satén... y muy pronto, gracias al espíritu revolucionario (de 1789) el atuendo de las clases bajas se vuelve más cómodo y atractivo a la vista»” (Buck-Morss, 2001: 115).

### **2.3 Un atajo entre lo público y lo privado**

La amplia oferta de posibilidades, en lo que se refiere a indumentaria, fue uno de los motivos por los que comenzaron a propiciarse pretextos para salir del espacio habitual. Pasear en los espacios públicos, con otro motivo que no fuera el cumplimiento de labores, salir de lo privado para mirar y ser visto por otras personas, sobre esto Richard Sennett menciona: “Hacia mediados del siglo XVIII el caminar por la calle como si fuese una actividad social adquirió una importancia que nunca había tenido antes en París y Londres” (Sennett, 1978: 110).

Las calles de la ciudad adquirieron un nuevo valor para sus habitantes. Se proyectaron espacios específicos que propiciaron la convivencia en lugares públicos sin importar la clase social. Comenzó a definirse la línea entre lo público y lo privado, en este sentido Elizabeth Wilson dice: “Street life took on a special significance now that it as more sharply divided from the private sphere”(Wilson, 2003: 27).

Poco a poco, más allá de las calles, las plazas y los jardines, también se crearon espacios para pasar el rato y convivir con otras personas. Las salidas al teatro, las salas de bocadillos, la taberna y la cafetería fueron lugares donde comenzó este nuevo proceso de vivir y compartir en comunidad. Aunque a primera vista parece que todo esto sucedió sin inconvenientes, la evolución de las prendas también dejó ver el desarrollo de restricciones que en distintos momentos regularon la forma de vestir. Fue así que la indumentaria volvió a intervenir en lo social, por ello se volvió necesario distinguir entre la ropa que sería usada en el exterior y aquella que se llevaría dentro de casa, en la privacidad. Todo esto como antecedente de una sociedad que comenzaba a transformarse aceleradamente como resultado de las primeras manifestaciones de la industrialización, de acuerdo con Elizabeth Wilson:

The contrast between intimate interiors and busy streets was signaled by clothes that increasingly marked the distinction between being at home and being on display in public. It was in the eighteenth century that dress began to anticipate its future metamorphosis in the nineteenth century industrial world[...] (Wilson, 2003: 27).

Así, la confección de indumentaria hizo posible la construcción de una imagen, pero ésta también comenzó a dirigirse en otro sentido a partir del uso de prendas que situaron al individuo en distintas posiciones dentro de la sociedad y al mismo tiempo dejaron ver más de sí mismos. De tal modo que la ropa fue sumando propiedades a lo largo de su producción y su uso, según Lauro Zavala:

[...] el vestido cotidiano empieza a denotar elementos tales como el tipo de actividad que se realiza, la hora del día en la que se utiliza, la ocasión específica, el género sexual o incluso el humor individual, es decir, elementos que no están directamente ligados al status social (Zavala, 1994: 12).

Por otro lado, bajo la premisa del avance y la modernidad, las calles se volvieron puntos de interés y encuentro para la sociedad, además de los espacios públicos y los puntos de reunión se convirtieron en habituales. Comenzaron a construirse corredores que permitían el tránsito y la movilidad de las personas que acudían a ellos, pero también se produjo la posibilidad de observar y adquirir nuevas prendas o mercancías dispuestas, de tal manera que se volviera necesario conseguirlas, sobre esto Susan Buck-Morss escribe: “Los pasajes comerciales del siglo XIX construían la imagen central porque eran precisamente la réplica material de la conciencia interna, o mejor dicho, el inconsciente del sueño colectivo” (Buck-Morss, 2001: 58).

Los cimientos de las grandes ciudades se construyeron a la par de la postura de esta sociedad cuyo enfoque estaba dirigido al progreso. La posibilidad de caminar en las calles, elegir ropa por gusto y no por falta de alternativas, aunado a la oportunidad de comprar otra clase de objetos en lugares destinados para llevar a cabo esa actividad, sin duda se tradujo en un enorme proceso de transformación para los habitantes de las grandes ciudades; en esa línea, el texto de Walter Benjamin menciona:

La calle: habitación del colectivo. Y éste es un ser eternamente inquieto, eternamente puesto en movimiento, que, yendo entre los muros de las casas, vive, conoce, idea, experimenta, a la manera de los individuos cuando están al resguardo de sus cuatro paredes. [...] De ese modo, el pasaje es el lugar en el cual la calle se presenta precisamente en tanto que interior, amueblado, habitado, por las masas (Benjamin, M3 a, 4 ).

En suma, la evolución en los procesos de desarrollo tanto de textiles como de confección de indumentaria y su distribución, tuvieron ecos en la sociedad más allá de la apariencia. A través de este breve recorrido es posible observar los ajustes realizados a partir de acciones que a la distancia pueden parecer simples o cotidianas, pero en ese momento fueron sinónimo de renovación y una promesa de modernidad para los más jóvenes.

A causa de esto, las calles, la ciudad y la vida en el exterior fueron la excusa ideal para una sociedad que hacía lo posible por modificar sus hábitos sin importar que pertenecieran a la realeza o no y a pesar de dejar las viejas costumbres en el pasado.

El paisaje citadino fue pieza clave del cambio, los puntos de compra y de venta de mercancías comenzaron a transformarse en espacios donde las personas acudían a observar los productos exhibidos en vitrinas como objetos de lujo, sobre esa línea en el *Libro de los pasajes* puede leerse:

La mayoría de los pasajes de París surgen en el decenio y medio posterior a 1822. La primera condición de su florecimiento es la coyuntura favorable del comercio textil. Empiezan a verse los almacenes de novedades, los primeros establecimientos que almacenan gran cantidad de mercancías. Son predecesores de los grandes almacenes (Benjamin, 2004: 37).

Las actividades en las calles comenzaron a volverse parte de la vida de todos, las razones para salir ya eran más contra los motivos para quedarse en casa, con ropa destinada a ese espacio.

#### **2.4 La industria de la novedad**

Las piezas de tela sin forma que en algún momento funcionaron para cubrir el cuerpo de las inclemencias del tiempo, gradualmente se convirtieron en objetos de lujo que sólo estuvieron al alcance de algunos. Con el paso del tiempo, los grandes cambios políticos y económicos tuvieron repercusiones en lo social, de esa forma, personas de toda posición social con poder adquisitivo tuvieron la posibilidad de comprar cualquier prenda, entonces la vestimenta obtuvo otro valor.

En la medida en que la obtención de recursos para la producción de indumentaria comenzó a resolverse, la confección de prendas volvió a ser el punto de partida para otro momento determinante, tanto para la vestimenta como para la sociedad.

Mientras en tiempos pasados el cliente era quien decidía cómo se construía la ropa que llevaba, la tela, los adornos y su forma, a mediados del siglo XIX, el procedimiento seguido habitualmente para la confección de ropa a la medida para quienes pudieran pagarlo, sufrió una transformación. La figura que antiguamente era conocida como sastre o modisto fue sustituida por un personaje que no se conformó con solo seguir las instrucciones del cliente para la construcción de ropa, sino que, por el contrario, tomó una postura activa en el proceso de conformación de nuevas prendas.

En consecuencia, la confección de indumentaria subió otro peldaño y las prendas hechas a la medida se convirtieron en alta costura. Charles Frederick Worth llevó la batuta al abrir un taller especializado en la creación de trajes ideados enteramente por él y cuyo concepto pudo ser aceptado o rechazado por el cliente, debido a lo novedoso que pudo parecer. Worth tomó la iniciativa para reconocer una labor que hasta ese momento no tuvo mayor impacto en la sociedad pero, sobre todo, se distinguió entre los sastres y los modistos de la época.

De este modo, la alta costura comenzó a esbozar los trazos del modelo que gradualmente pasó a ser moda y luego una industria, sobre esto, Lipovetsky menciona:

[...] con la era de la Alta Costura se da por primera vez una institucionalización u orquestación del cambio: en lo esencial la moda se vuelve bianual, las medias temporadas no hacen más que anunciar los signos precursores de la moda siguiente. En lugar de una lógica fortuita de la innovación se insta una normalización del cambio de moda, una renovación imperativa efectuada a fecha fija por un grupo especializado. La Alta Costura disciplinó la moda desde el momento en que inició un proceso de innovación y fantasía creativa sin precedentes (Lipovetsky, 1996: 57).

Los efectos de la evolución en la manera de confección, distribución y consumo de indumentaria transformaron un objeto básico en un lujo que tuvo un papel esencial para la economía de varios países en Europa, sobre todo de Francia, gracias a la popularización de prendas con firma de autores parisinos, en el mismo texto se lee:

Bajo la iniciativa de Worth, la moda accede a la era moderna: se convierte en una empresa de creación pero también en espectáculo publicitario: a continuación ven la luz decenas de casas organizadas con base en los mismos principios: en la exposición de 1900 se presentan veinte casas de Alta Costura, entre ellas Worth, Rouff (fundada en 1884), Paquin (1891), Callot Hermanas (1896). Doucet, que más tarde empleará a Poiret, abre sus puertas en 1880 [...](Lipovetsky, 1996: 114).

El acceso a prendas realizadas bajo la firma de una persona especializada en la creación del concepto para un atuendo fue una práctica que elevó la experiencia de compra. De manera gradual, el uso y el consumo de prendas pasó de ser una necesidad, a ser una costumbre modificada debido al cambio de prioridades y la amplia gama de posibilidades que estaban a disposición del usuario, como expresa Lipovetsky:

Iniciativa e independencia del fabricante en la elaboración de los artículos, variación regular y rápida de las formas, proliferación de modelos y series, estos tres grandes principios inaugurados por la Alta Costura han dejado de ser patrimonio del lujo indumentario, para construir el meollo mismo de las industrias de consumo (Lipovetsky, 1996: 269).

Así el valor de la ropa fue modificado por diferentes motivos relacionados con los procesos sociales y políticos, pero principalmente debido a los intereses involucrados en lo económico. Vestir a la moda significó, en gran medida, contribuir al crecimiento de lo que gradualmente se convirtió en una industria.

## **2.5 Volver hacia la naturaleza**

La idea de progreso también significó llevar prendas que no sólo cumplieran con los dictados de la moda, sino que fueran útiles para las actividades de cada persona y las exigencias del nuevo ritmo de vida, además de la inquietud por el cambio y un estado constante de renovación, sobre esto Wilson refiere: “Modernity” does also seem useful as a way of indicating the restless desire for change characteristic of cultural life in industrial capitalism, the desire for the new that fashion expresses so well”(Wilson, 2003: 63).

Por otro lado, además de satisfacer diferentes necesidades, a lo largo del siglo XIX la indumentaria contribuyó para marcar la distinción entre lo público y lo privado, pero también para determinar la función de cada prenda y su uso en determinado espacio, clima y actividad, de acuerdo a Elizabeth Wilson: “There was also the ‘utility’ scheme, which set standards of design for household items such as furniture as well as clothes”(Wilson, 2003: 80).

El concepto de modernidad fue aceptado por la mayoría. A través de los avances en maquinaria, los efectos de la revolución industrial y la avidez por mantenerse a la vanguardia, la población en general, perdió interés por ir hacia la naturaleza. Pasar el tiempo libre en el campo fue una actividad sustituida por los nuevos atractivos que ofreció la ciudad. Los paisajes citadinos se convirtieron en sinónimo de civilización, mientras que la campiña fue quedando atrás como

equivalente de rezago. Sobre esto, Elizabeth Wilson menciona: "After the industrial revolution, life was no longer divided according to the seasonal imperatives or the agricultural calendar" (Wilson, 2003: 155).

Poco a poco la sociedad fue acorralada, en parte por la vorágine del cambio aunado a sus consecuencias. Algunos asumieron las secuelas de la renovación, pero otros tantos se resistieron. Frente a ese panorama comenzó a gestarse el romanticismo, una ideología que promovió la individualidad del ser por encima de las masas o la producción en serie fomentada por las máquinas. Volver al interior y buscar ahí el sentido de la vida, en lugar de buscarlo en el movimiento, en la necesidad por transformar el presente en futuro.

El romanticismo hizo voltear la mirada hacia la naturaleza, desvió la atención hacia la tecnología y la volvió hacia lo esencial. La exteriorización de las emociones fue primordial después de múltiples descubrimientos científicos y tecnológicos. La razón se dejó de lado y se abrió paso a los sentimientos. Entonces el romanticismo comenzó a formar parte de distintas expresiones artísticas como la literatura, la pintura y la música, sobre lo anterior Wilson refiere:

The Romantic movement of the late eighteenth century and early nineteenth century was one early response to the advance of science and the 'dark satanic mills' of industrialism. It offered a counter-ideology that spoke against the machine age and yet espoused the intense individualism of the new order. Before the eighteenth century, nature had not been admired; the essence of being civilized was to distance yourself as far as possible from the natural state. Now, nature began to be idealized just at the time when a new and much more wholly urban society was being created by the industrial revolution. The Romantics asserted the superior value of the natural and spontaneous against the mechanical and cerebral, the truth of feeling against reason and the scientific spirit. They cultivated self expression, rebellion against all authority, individual freedom and refusal of convention (Wilson, 2003: 61).

De manera que el romanticismo se manifestó como una ideología revolucionaria para un momento en el que la razón, la ciencia y las máquinas parecían tener el control de todo. De alguna forma, los románticos fueron el antecedente para otro movimiento que comenzaría a gestarse en las calles: el dandismo, mismo que será retomado con más detalle en el siguiente capítulo.

## 2.6 Más allá de cubrir el cuerpo

Con el ideal de volver a lo esencial y regresar a la naturaleza aunado a la transformación de las actividades habituales, la evolución gradual de éstas, se vio reflejada en las necesidades del usuario y, al mismo tiempo, fue notoria en el estilo de vida que requirió la modernidad de finales del siglo XIX. Dicha modernidad propició la posibilidad de apreciar otras cualidades del ser humano. Más que lo exterior, la oportunidad de mantener un cuerpo sano gracias a la práctica de deportes al aire libre cobró mayor relevancia; sobre esto James Laver escribe: “La influencia del deporte en la indumentaria se hace notar mucho en este periodo. Empezaban a hacerse comunes una gran cantidad de nuevos deportes y era imposible practicarlos cómodamente con el traje de día de etiqueta” (Laver, 2006:202).

La realización de actividades al aire libre, fuera de las labores relacionadas al hogar y el trabajo, fueron una evidencia de la necesidad por hacer uso de un atuendo adecuado para cada ocasión. La posibilidad de usar otros medios de transporte acordes al nuevo estilo de vida fue un acto que trascendió más allá del cuerpo y el género. Para ello fue necesario adaptar o crear prendas que permitieran la movilidad del cuerpo. Cabe mencionar la importancia que adquirió la práctica de deportes y la participación de las mujeres en dichas actividades por lo que el uso de múltiples capas de ropa o tejidos pesados pudo parecer un impedimento, pero el desarrollo de prendas funcionales se tradujo en una oportunidad sin vuelta atrás, a pesar de verse forzadas a utilizar otras prendas a manera de protección, sobre esto Laver menciona:

Por entonces, la bicicleta era ya muy popular, y con ella resultó inevitable usar algún tipo de prendas bifurcadas, al ser imposible montar con una falda con cola. Las faldas-pantalón fueron una solución, así como los holgados pantalones, más cortos, conocidos como bloomers, que causaron casi el mismo escándalo que en la primera ocasión, en los años 50. Se ridiculizaron en la prensa y fueron denunciados desde los púlpitos, pero todo fue inútil; las jóvenes seguían llevándolos. De hecho, el creciente entusiasmo por todos los deportes al aire libre hizo necesario el uso de unas prendas más racionales y hubo una moda en general, hacia el «traje sastre», que consistía en una chaqueta, una falda y una blusa. Lo que sí resulta extraño es que las mujeres, en actividades al aire libre, se empeñaran en llevar sombreros de hombre y cuellos duros masculinos. La indumentaria deportiva femenina era por lo general pesada, de tejidos hechos en casa o *tweeds*, y de colores habitualmente oscuros (Laver, 2006: 210).

La transformación social era evidente, en gran medida promovida por las nuevas generaciones, la apariencia logró dejar clara la transición hacia una nueva época en donde ya no era necesario el uso de múltiples capas, tejidos costosos o de materiales pesados. El uso de vestimenta incómoda para su uso en el día a día fue quedando en el pasado y con ello una nueva etapa para la realización de nuevas propuestas en la indumentaria para permitir el movimiento natural del cuerpo, Laver expresa:

La década de los 90 fue un periodo de cambio de valores. Aquella sociedad vieja y de moldes rígidos estaba empezando a resquebrajarse, con los millonarios sudafricanos y otros *nouveaux riches* asaltando las ciudadelas de la aristocracia. Entre los jóvenes se respiraba un nuevo aire de libertad, simbolizado en la indumentaria de deporte y en la extravagancia de sus trajes cotidianos. Resultaba obvio que la época victoriana estaba tocando a su fin (Laver, 2006: 212-213).

Con el fin de un ciclo en lo referente al vestido, también vino la transformación de una sociedad que se resistía a quedarse atrapada en las costumbres del pasado y la llegada de un nuevo siglo.

## **2.7 Una época de cambio**

El paso del tiempo no significó únicamente el cambio de un año a otro, sino el proceso de transformación para generaciones con visiones encontradas sobre lo que traería el nuevo siglo.

En materia de vestido, las bases ya habían sido sentadas, tanto mujeres como hombres estaban decididos a modificar las prendas de uso diario para facilitar sus actividades. Dicha innovación fue considerada por los diseñadores de alta costura, debido a la simplicidad y comodidad que ofrecían las prendas adaptadas o elaboradas para la práctica de actividades deportivas, sobre ello Elizabeth Wilson refiere: “James Laver, as we saw, believed that the changes in men’s dress which occurred at the beginning of the industrial period took the form of the adaptation of sports clothes for polite society wear. Chanel, it is said, adapted sports wear to women’s dress at the beginning of the twentieth century”(Wilson, 2003: 158).

De modo que el cambio de costumbres en cuanto a la indumentaria tuvo repercusiones en lo económico, tal y como ocurrió en los siglos anteriores, además de lo social. Las grandes casas de alta costura dirigieron su mirada hacia este estilo que, a la vez, era sinónimo de vanguardia, además se

equilibró lo funcional y con la aprobación de los diseñadores de moda, se logró la atracción necesaria para captar la atención de más compradores; como señala Wilson: “Economic was the basis for a revolution in customs, beliefs and daily experience; henceforth fashion itself was to become one medium for the expression of the values of modernity”(Wilson, 2003: 155).

En lo político y lo social, el estallido de dos guerras en un mismo siglo, sin duda, trajo secuelas que fueron difíciles de superar. Es necesario mencionar que, mientras miles de soldados murieron en el campo de batalla, la vida siguió su curso. El desarrollo de la industria textil continuó y creció debido a la producción en masa de materiales sintéticos, lo que significó un aumento en la fabricación de vestimenta. El algodón, la lana, el lino y la seda dejaron de ser los pilares de la indumentaria, entonces el uso de materiales sintéticos se tradujo en la estrecha relación que tendría la tecnología sumada al diseño de prendas innovadoras que funcionaran para todos los días.

Aunado a la continuidad del proceso de industrialización que significó la moda, en el siglo XX, el uso de determinadas prendas también se tradujo en la creación de una identidad que tiempo atrás no fue posible construir en diferentes clases sociales, debido a la falta de opciones para elegir prendas por gusto y no por imposición. Una vez más, las calles sirvieron como escenario para dejar ver un poco más de las personas a través de su ropa, sobre esto Elizabeth Wilson menciona:

Yet paradoxically street dress became full of expressive clues, which subverted its own anonymity, because it was still just as important, or indeed even more important, to let the world know what sort of person you were, and to be able to read off at least some clues from the clothes of other people. It became essential to be able to read character and proclivity from details that were immediately perceived (Wilson, 2003: 137).

La elección entre distintas posibilidades permitió el desarrollo de diferentes estilos, no sólo entre los parisinos, sino más allá de Europa. De ahí que, la ropa, además de cubrir el cuerpo y volverse funcional, también permitió la posibilidad de manifestar una identidad, además de comunicar al otro algo de sí mismos a simple vista. Cabe destacar la importancia de la participación de los más jóvenes en este proceso, sobre esto James Laver refiere:

Fuera de París se estaba tramando una joven revolución. Las chicas querían una moda propia en vez de las ociosas versiones de la ropa de sus madres. Una moda popular fue la del «estudiante de arte», que era la antítesis del lujo de la moda imperante. Algunas modas juveniles tuvieron su origen en la ropa de deporte americana, como los pantalones pitillo que llegaban a la altura del

tobillo, las zapatillas planas como las que usaban en el ballet y los vaqueros (Laver, 2006: 262).

Así, el siglo XX fue convirtiéndose en el escenario ideal para el desarrollo de prendas deportivas que en un inicio fueron producto de la adaptación de prendas con otra finalidad. El diseño y desarrollo de prendas utilizadas específicamente en actividades deportivas fue producto de la popularidad de las mismas, de los atletas de la época y de su cercanía con diseñadores de alta costura de la época. Tal es el caso de Jean Patou y la tenista Suzanne Lenglen, que dio como resultado el desarrollo de un traje adecuado para jugar al tenis, de acuerdo a Elizabeth Wilson:

Lawn tennis was the first 'modern' sport to attract widespread (middle-class) participation by women in the 1870s. It was at first played in bustles, long skirts and corsets. These clothes were only modified in accordance with changes in mainstream fashion, and it was not until 1920 that Suzanne Lenglen, the French champion and supreme tennis star of the 1920s, shocked post-war Wimbledon with her revolutionary court wear. She bounded on to the women dressed like this all the time; Lenglen's clothes in the mid-1920s — designed by Patou — here much the same off court as on, and consisted of little pleated skirts, straight cardigans and vests or short-sleeved blouses (Wilson, 2003: 162).

Entonces la ropa deportiva comenzó a formar parte de los armarios de todos, sin importar la práctica o no de los deportes. Para ese momento éstas prendas significaron la combinación ideal para el estilo de vida del siglo XX. Fueron útiles para las múltiples actividades y circunstancias del día a día, además, al usarlas, también se cumplía con los dictados de la moda. Sin importar el género, la vestimenta diseñada para los atletas fue una alternativa considerablemente funcional para la época, sobre esto James Laver refiere: “Las chaquetas deportivas gozaron cada vez de más popularidad, con formas inspiradas en el ejército, en los trajes de campaña y en las chaquetas de los bombarderos, se hacían con materiales variados, incluido el cuero. Los hombres llevaban a menudo la misma ropa para trabajar que para salir” (Laver, 2006: 274-275). Sobre esto último, la posibilidad de llevar el mismo atuendo durante todo el día y en casi cualquier circunstancia fue una gran transformación en lo referente a códigos sociales y de etiqueta. Con el paso del tiempo, el uso de ropa deportiva a lo largo del siglo XX fue entendido como un equivalente de actualidad, de estar a la moda, pero además de la posibilidad de tomar el tiempo para mantener un cuerpo sano. Gradualmente, se utilizaron estos y otros argumentos para hacer de la ropa deportiva y otros objetos relacionados con

ésta, algo necesario para la vida de otras personas además de los atletas, sobre esto Elizabeth Wilson menciona:

The 'aerobics style' has become a code for a certain kind of sophistication; a young woman wearing leg warmers in an advertisement, for whatever product, is an immediate signal of 'modern-mindedness'. The style is about play, about energy, about independence. The woman on display suggests boldness, and mastery both of herself and of her environment (Wilson, 2003: 142).

A lo largo del siglo XX, la indumentaria consiguió mantener su trascendencia en diferentes aspectos, tanto económicos como históricos y culturales, pero el más importante de estos, es la manera en que logró adaptarse y satisfacer las necesidades del ser humano. En suma, el vestido ha adquirido diferentes valores, de acuerdo a la intención que se pretende proyectar en las prendas utilizadas diariamente. Estos valores fueron atribuidos por distintos motivos y a través de diferentes puntos de vista, de modo que con cada proceso social, político, histórico, etc., la ropa ha añadido cada vez más elementos significativos que entre otras cosas, también han funcionado para identificar un momento determinado como Susan Buck-Morss menciona:

La moda no es sólo la moderna «medida del tiempo», sino que encarna la transformada relación entre sujeto y objeto de la «nueva» naturaleza de la producción de mercancías. En la moda, la fantasmagoría de las mercancías se adhiere a la piel. El vestido es casi literalmente la frontera entre sujeto y objeto, el individuo y el cosmos. Esta ubicación da cuenta, seguramente de su significación emblemática a través de la historia (Buck-Morss, 2001: 114).

La evolución social y cultural también se manifiesta por medio de la ropa y la manera en que ésta se adapta a las necesidades de cada individuo y generación.

## **2.8 Un nuevo milenio, múltiples alternativas**

A grandes rasgos, el siglo XX se caracterizó por la creación de prendas útiles en distintas circunstancias y de trajes aptos para múltiples actividades, además de otorgar variedad para diferentes gustos. Por otro lado, el siglo XXI ha sido el escenario de numerosos estilos, algunos han reinterpretado las prendas del pasado, otros mantienen su atención en los dictados de la alta moda y otros tantos en la moda rápida, cuya oferta se centra en la elaboración de ropa similar a lo que ofrecen las pasarelas pero a precios asequibles.

Lo cierto es que la actualidad ha obligado al ser humano a cubrir distintos frentes que van desde lo laboral, el ambiente familiar, lo recreativo, etc. Por ello, la ropa debe facilitar el desempeño de cada tarea, en lugar de actuar como un impedimento. Más allá de mantenerse a la moda para cumplir con conceptos sociales anticuados, el diseño de moda ha mantenido el interés por satisfacer las necesidades diarias. A pesar de ser una profesión relativamente joven, debido al proceso de reconocimiento a la figura del diseñador, la inclinación por elaborar prendas que mantengan la identidad de quien lo lleva y al mismo tiempo ser funcional para el motivo que sea, son características imprescindibles para este momento. Es decir, parte del diseño de moda de finales de siglo XX y el periodo transcurrido de este siglo, ha concretado las bases para ser un parteaguas en materia de innovación, funcionalidad, atemporalidad y otras características que consiguen acercar la moda al usuario y al mismo tiempo trascender, citando a Rei Kawakubo: “El diseño de moda no es para revelar o acentuar la forma del cuerpo de una mujer, su propósito es permitir a la persona ser quien es” (Kawakubo, 2021: s/n).

Bajo ese concepto, los estilos que han conseguido mantenerse en el gusto del usuario se han caracterizado por simplificar la elaboración de atuendos completos para el día a día. Mientras que a inicios del siglo XX la soltura para las reglas de etiqueta en sociedad, con respecto al vestido, fue fundamental; en este siglo lo es la necesidad por dejar atrás, cada vez con más frecuencia, las distinciones entre géneros, culturas y clases sociales, sobre esto Elizabeth Wilson refiere: “The social meanings of dress have likewise changed; dress have likewise changed; dress marks social class, age and even gender less strictly than was formerly the case, but although the signs are subtler, they are still there to be read”(Wilson, 2003: 249).

El cambio gradual de ideologías también ha sido adoptado en diferentes círculos sociales y es otra característica representativa de este siglo, la ropa ha reforzado estos cambios, mientras que en el pasado era indispensable llevar al trabajo un atuendo formal, la transformación de diferentes aspectos ha permitido la adaptación de la vestimenta para facilitar la elección de prendas y con ello la realización de labores, sobre esto Wilson menciona:

In the year 2000 style sections of newspapers were full of articles on the new casual, with much advice for men on how to dress down successfully. The British prime minister, Tony Blair, declared his preference for jeans over formal suits, and underlined this in March 2002 by appearing at a barbecue for Commonwealth leaders[...] (Wilson, 2003: 252).

La necesidad por relajar las antiguas imposiciones sobre vestimenta es un proceso que sigue modificándose, pero cada vez es más frecuente el uso de prendas básicas como base, en complemento con otras capas de ropa que puedan quitarse o sumarse según las inclemencias del clima o las actividades que deban llevarse a cabo. Mientras que en siglos anteriores la elección de prendas fue producto de otros factores sociales, económicos y hasta políticos. El siglo XXI se caracteriza por una multiplicidad de posibilidades con respecto a tejidos, patrones y estilos. La decisión recae principalmente en el usuario, sus gustos, posibilidades y principalmente sus necesidades.

Recientemente,<sup>9</sup> a causa de la exigencia de permanecer aislados debido a las restricciones causadas por la COVID-19, varios de nosotros tuvimos que desarrollar nuestras actividades diarias en casa, el trabajo a distancia, la escuela vía remota, las reuniones sociales y prácticamente toda nuestra vida se trasladó a la pantalla. En este proceso, nuestra ropa habitual sufrió grandes cambios que fueron distintos para cada uno. Por una parte, algunos optaron por no quitarse la pijama en todo el día, otros eligieron la comodidad y el arreglo desenfadado que ofrece la ropa deportiva. El hecho es que cada persona ha tenido un reajuste en su relación con la indumentaria, no sólo durante la pandemia sino a lo largo de su vida.

En síntesis, pensar el diseño de indumentaria para facilitar su uso, permitir el movimiento del cuerpo y con la finalidad de uso en diferentes situaciones pareciera una labor improbable. Sin embargo, considerar estos aspectos, sumados a otros como lo atemporal, mediante el uso de materiales con alguna tecnología que los haga resistentes o adaptables a diferentes climas y un diseño simple o fácil de combinar, remite necesariamente a la ropa deportiva, misma que alcanzó un auge importante a lo largo de la pandemia. Una vez más, la fórmula de la simplicidad y practicidad dan la respuesta, pero ahora en el siglo XXI, aunque con antecedentes a finales del siglo XX. El *streetwear*, es producto de la conjunción entre las características mencionadas previamente y la incorporación de otros deportes que,

---

<sup>9</sup> Si bien, existe el testimonio de otros antecedentes históricos sucedidos en lo que va del siglo XXI, el enfoque de este trabajo obliga a centrarse únicamente en los aspectos determinantes para el uso de prendas y estilos específicos. Es por ello que en este capítulo se realizó una revisión histórica muy general sobre algunos aspectos relevantes para la confección de prendas.

de manera general, logran un equilibrio entre funcionalismo y apariencia, por ello será retomado con más detalle en el siguiente capítulo.

### **3. Ciclos de transición**

#### **3.1 Dandismo. Las bases de un nuevo estilo**

A partir de los antecedentes es posible observar la manera en que la vestimenta ha evolucionado y cómo a lo largo del proceso cumplió con diversas funciones que han conseguido satisfacer diferentes necesidades del ser humano a lo largo del tiempo. A pesar de ello, la vestimenta ha mantenido ese carácter superficial, más allá de proteger el cuerpo, pues se conserva la idea de ser sólo un adorno.

Al término de la Revolución francesa, la sociedad de París y otros países de Europa buscaron a toda costa dejar atrás las costumbres que fueron influenciadas por la realeza y una de las principales causas de la revolución. El interés general se centró en abolir las jerarquías de clase y comenzar a sentar las bases de una sociedad con las mismas oportunidades para todos. Las condiciones laborales y salariales fueron esenciales para la propuesta de cambio, aunque la vestimenta y el arreglo personal no estuvieron exentos. De manera general, se incentivó el uso de prendas mucho más discretas. El uso de pelucas sumamente arregladas, de maquillaje, de múltiples capas de ropa elaborada con telas lujosas quedó en el pasado. La oportunidad de manifestar una posible jerarquía por medio del arreglo fue una tendencia que comenzó a entrar en desuso a causa de los intereses promovidos por la revolución francesa.<sup>10</sup>

#### **3.2 Quizás el género masculino no renunció, sólo se adaptó**

En el texto *Psicología del vestido* realizado en 1935 por el psicólogo Carl Flügel, se hace referencia a esta etapa conocida como: la gran renuncia masculina. A partir de esto es posible conocer las implicaciones que, en teoría, llevaron al género masculino a simplificar sus opciones de vestido y arreglo personal.

De acuerdo a Flügel, las mujeres tuvieron mayor posibilidad de decidir su vestuario, debido a la disponibilidad de tiempo para elegir y la clase de actividades que realizaban día con día. El carácter privado de las tareas femeninas permitió

---

<sup>10</sup> Cabe recordar que una de las causas que dieron pie a la Revolución francesa fue la marcada desigualdad económica entre la nobleza y el resto de las clases, el estilo excesivo característico de la realeza francesa también sufrió grandes cambios a partir de la revolución. En otros tiempos era habitual llevar determinados colores, prendas y textiles para marcar distinciones de clase y género, con la revolución se buscó promover un estilo más homogéneo y menos llamativo.

llevar ropa que impidiera la libertad de movimientos, se siguió privilegiando el uso de prendas poco prácticas, en otras palabras, incómodas. Mientras que los hombres debieron limitar sus opciones por la cantidad de actividades a las que tuvieron que dedicarse y el poco tiempo para elegir y combinar prendas. Sin olvidar el aspecto social y las condiciones propuestas por el nuevo orden, donde el género masculino debió representar simplicidad y uniformidad entre toda la población, sin importar el escenario y mucho menos su elección personal con respecto a la vestimenta, simplemente debió adaptarse al contexto, en sus palabras: “esto sólo se podía conseguir mediante una mayor uniformidad en el vestido, uniformidad alcanzada particularmente mediante la abolición de las distinciones que habían dividido anteriormente a los ricos de los pobres, a los poderosos de los humildes” (Flügel, 2015, p. 99). La publicación de este texto, a inicios del siglo XX, funciona como testimonio de ese momento, sobre la percepción de la aparente renuncia del hombre ante el desarrollo de un estilo propio por medio de la indumentaria y de la manera en que la ropa representa un momento histórico.

Por otro lado, Giorgio Riello en *Breve Historia de la moda* (2016), revisa la gran renuncia masculina bajo otro enfoque que apunta más hacia un proceso de adaptación. El fragmento reúne las opiniones de otros autores que también coinciden en considerar el texto de Flügel como un enfoque bastante general sobre un momento histórico caracterizado por el cambio y la adecuación de costumbres.

Si bien, el documento de Flügel funciona como referente para comprender desde otra perspectiva la posible postura del género masculino a finales del siglo XIX, también es importante volver a los antecedentes históricos y culturales de la época para tener mayor perspectiva sobre un período que influyó de manera determinante en la construcción de un nuevo estilo. Sobre esto, Valerie Steele recupera parte de un artículo publicado en la revista *Journal des Modes d'Hommes* (1867), realizada por sastres, donde se menciona el interés del género masculino por preferir las prendas más simples por encima de los atuendos mucho más elaborados que elegían con anterioridad:

[las revoluciones de]1830 y 1848 han ejercido una enorme influencia a la igualdad, gracias a la relativa uniformidad del atuendo. [Pero] en una nación que sale de tales crisis para iniciar una fase de orden, de [progreso] liberal y regular [...] la cultura general confiere [un sentido de] proporción y buen gusto en el vestir. [...] De corporativa [y] funcional, la vestimenta pasa a ser individual. [...] Ni hay uniformidad [revolucionaria] ni hay distinciones de castas. *Ya no es el personaje quien se viste: es el hombre* (enero: s/p).

La publicación también manifestaba el fastidio de los sastres por seguir confeccionando algo que para ellos era considerado un uniforme en comparación a los trajes que confeccionaron con anterioridad.

A partir del cotejo de estos datos es posible formar una postura con respecto a la gran renuncia masculina en el siglo XIX como un proceso de adaptación más que como un momento en que el género masculino se vio obligado a rechazar la selección de prendas elaboradas a su gusto, sólo por complacer o estar a la medida de los requerimientos del nuevo orden social. En gran medida, la llamada gran renuncia masculina fue producto de la transformación y evolución de las actividades del hombre. La modernidad propició el uso de vestimenta menos ostentosa que debió funcionar para diferentes labores y encuentros a lo largo del día. Aunque para algunos, la simplicidad fue entendida como uniformidad y una renuncia a la individualidad que, al mismo, tiempo cedió al género femenino la posibilidad de llevar atuendos que fueron reflejo de su personalidad sin importar que fueran llamativos e incómodos.

### **3.3 Y así llegó el dandi**

Una vez que comenzaron a aceptarse las nuevas costumbres para el vestido masculino, la simpleza y la posibilidad de modificar el atuendo de acuerdo a los nuevos tiempos se abrió la puerta a la oportunidad de desarrollar un estilo que representara la modernidad.

Así comenzó a manifestarse la presencia del dandi que continuó a lo largo del siglo XIX y cuyos orígenes son ubicados geográficamente en Inglaterra. Su antecedente inmediato fueron los jóvenes italianos conocidos como *macarone*. No obstante ambos estilos pusieron esmero en el cuidado de la indumentaria, la diversidad en cuanto a motivaciones y apariencia fueron determinantes para la diferenciación de cada uno.

A menudo se piensa en la figura del dandi como un hombre preocupado exclusivamente por el cuidado de su apariencia, por el uso de prendas extravagantes y por evadir la realidad a través de la ilusión que les ofreció la vestimenta.

Limitar el estilo del dandi bajo una sola definición sería una manera de contradecir las posibilidades propuestas por el mismo estilo a pesar de que el diccionario ofrece una brevísima descripción de lo que actualmente reconocemos como dandi. Asimismo, otro de los personajes que también representó el estilo, el escritor Jules Barbey D'Aurevilly menciona: “este es casi tan difícil de describir como de definir. Las personas que sólo ven las cosas por su lado más pequeño, imaginaron que el dandismo era, por sobre todo, el arte del vestir, una dictadura feliz y audaz en cuestiones de acicalamiento y elegancia exterior” (Barbey, 2014, p 275).

Es importante mencionar que la figura del dandi sucedió a finales del siglo XVIII con George Brummell, se prolongó a lo largo del siglo XIX y fue caracterizada por distintas personalidades del género masculino que impregnaron al estilo su propia esencia. Cada personaje reconocido por expresarse como dandi sentó un precedente para recordarlo después como parte de los fundamentos del estilo que no está regido bajo una serie de normas o una especie de fórmula que deba seguirse al pie de la letra para conseguirlo. Por lo cual, los principios del dandi fueron compuestos por elementos que involucran el comportamiento,<sup>11</sup> el pensamiento y la vestimenta. El dandismo fue un estilo de vida, cuyos representantes llevaron a cada ámbito de su existencia, no sólo a través de la elección de prendas, aunque la construcción de una identidad<sup>12</sup> a través de la apariencia fue determinante para el reconocimiento del dandismo. De manera que fue así como pudo identificarse al primer personaje como tal: George Brummell, cuya figura es recordada no sólo por el detalle en la selección de sus propios atuendos, sino por su estrecha relación con Jorge IV. Mismo que fue posible gracias al reconocimiento de la habilidad de Brummell para generar una imagen distinta a la exuberancia que caracterizaba al rey.

---

<sup>11</sup> Sobre esto y en caso de querer ahondar sobre el tema, se recomienda la lectura de la investigación: *Las artimañas de la moda: Hacia un análisis del disciplinamiento del vestido* realizada por el filósofo Camilo Retana, el siguiente fragmento da evidencia de ello:

El estilo dandi, de hecho constituye una ética en el sentido foucaultiano del término; es decir, una forma de atenerse a un conjunto de lineamientos (estéticos, políticos, sexuales, filosóficos, etc.) que operan a la manera de criterios subjetivantes. Los dandys, en tal medida, si bien otorgan una importancia estratégica a la indumentaria, lo hacen en función de las virtudes que la misma provee en tanto elemento crítico (Retana, 2013, p 275).

<sup>12</sup> Para complementar la lectura de este aspecto, se sugiere consultar el capítulo “Moda e identidad” dentro del texto: *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica* de Joanne Entwistle. En dicho documento es posible ahondar sobre el desarrollo de una identidad a partir de la vestimenta y la importancia de este fenómeno en el siglo XIX. A partir de la ocupación del espacio que gradualmente se volvió público, la manera en que la convivencia con otras personas fue un parteaguas para la necesidad de diferenciarse de entre el resto.

Poco a poco, el estilo impuesto por Brummell comenzó a replicarse en otras partes de Europa y fue adquiriendo popularidad entre otros personajes fuera de la corte. En Francia el estilo fue adoptado bajo el nombre de *Incroyable* y se adaptó al estilo francés que mantuvo el uso de otros accesorios para complementar, pero, en general, trató de privilegiar el estilo sugerido por Beau Brummell. En las siguientes imágenes se ilustran ambos estilos; la diferencia entre una y otra refleja los sutiles cambios entre la recepción y la representación del dandi en Francia. En la primera ilustración aparece el estilo del dandi en su forma inglesa, representado por Brummell, mientras que en la segunda aparece en su representación francesa:



Dighton, Robert, *Retrato de George 'Beau' Brummell*, 1805



Horace Vernet, *Incroyable et Merveilleuse*, 1814

Fuente: internet

Así el uniforme, como antes fue señalado por los sastres, comenzó a afianzar un estilo particular caracterizado principalmente por el extremo cuidado del detalle, la combinación de colores neutros y sólidos y el uso de prendas existentes en el guardarropa de la mayoría, que no fueron creadas por el dandismo, sino adecuadas al estilo.

Además de Brummell y Jules Barbey D'Aurevilly, otros hombres decidieron ser parte del estilo, en el texto: *The Dandy, Brummell to Beerbohm* (1960), realizado por Ellen Moers, es posible entender el desarrollo de la figura del dandi y reconocer a quienes se sumaron. A partir de dicho texto, la autora fue considerada como la primera historiadora del tema.

A lo largo del siglo XIX, otros personajes fueron adoptando el estilo, entre los nombres más reconocidos se encuentran Charles Baudelaire y Oscar Wilde. Cada

uno impregnó el dandismo con su propio estilo, Baudelaire con el uso de atuendos completamente en color negro y Wilde con el uso de colores más claros combinados entre sí. Los principios del dandi se mantuvieron, aunque la flexibilidad de los mismos estableció desde el inicio que no era necesario tener y gastar una fortuna en la vestimenta, en accesorios o pertenecer a determinada clase social para poder ser dandi. Aunado a esto, la creación de nuevas prendas no fue necesaria, sin embargo, se procuró el uso de las que ya se encontraban en el guardarropa de varios hombres y sólo se adaptaran a cada ocasión, pero sobre todo, el dandi puso cuidado en sobresalir del resto sin ostentación. Considero que esta dicotomía es esencial para el dandismo: la atención para elaborar un atuendo de acuerdo a los nuevos llevar el estilo. Los personajes reconocidos como dandis conservaron esa relación entre vestimenta, pensamiento y personalidad.

El dandi representó la ruptura de las costumbres tradicionales en contra de la nobleza y la monarquía, también contra la época victoriana, el uso del retrato en el siglo XIX fue primordial para su divulgación, para ese momento el uso de publicidad en revistas o carteles, no era posible debido a que la fotografía comenzó a popularizarse entre mediados y finales de este siglo. Por ello, el retrato pictórico era la manera en que se hacía perdurar un momento, una persona y su vestimenta, Charles Baudelaire retoma este concepto en los ensayos que conforman: *El pintor de la vida moderna* (1863), donde también aborda el dandismo del que también fue representante en distintas épocas de su vida, sobre esto y el retrato Valerie Steele menciona: “El retrato que le hizo Emile Deroy en 1844 revela una figura esbelta, elegante, vestida de terciopelo negro, con una *cravat* blanca a la manera de collar y una oscura cabellera ondeada, larga hasta los hombros”(Steele, 2018, p 113).

Aquellos que se consideraron afines a este estilo eran burgueses en su mayoría, su determinación por diferenciarse del resto fue notoria en su vestimenta, su personalidad y su inclinación por detalles o elementos que fueron en contra de lo establecido por la sociedad. Bajo esa línea, Charles Baudelaire fue uno de los representantes de este estilo que además lo llevó a otras esferas de la cultura y lo convirtió en un estilo de vida.

### 3.4 La calle impuso moda

El siglo XX fue el momento que permitió la apertura al posible cambio de costumbres que ya habían sido señaladas durante el siglo XIX. Con el cambio de siglo fue necesario dar vuelta a la página y abrir la puerta a otras posibilidades en cuestiones sociales y culturales que sin duda fueron reflejadas en los distintos movimientos sucedidos a lo largo del siglo.

La sociedad cambió, sus formas de consumo también lo hicieron, pero en gran medida por la oferta de un sinnúmero de productos que fueron resultado de la necesidad de ascenso de ese tiempo. Por lo cual, la industria de la moda creció a pasos agigantados, a causa de los procesos de producción y los intereses de unos cuantos que convirtieron una necesidad en un lujo y gradualmente en una experiencia de compra. La moda comenzó a estar al alcance de todos, las capitales de moda que en un primer momento eran localizables al otro lado del mundo, en el continente europeo, poco a poco comenzaron a desplazarse a América. Los modelos de compra específicamente de indumentaria cambiaron drásticamente en el siglo XX, la producción de tejidos utilizados en la confección de prendas cambió radicalmente de insumos naturales a telas sintéticas.<sup>13</sup> La oferta y la venta de prendas creció y aumentó considerablemente, los pasajes comerciales de París fueron modificados en América y construidos como almacenes a los que se podía acudir específicamente a ver y a comprar ropa. En estos almacenes se ofrecía una variedad de estilos que estaban unificados por el tallaje de cada prenda y por la producción en grandes cantidades. Por un lado se amplió el abanico de posibilidades con respecto a la elección de un estilo pero por el otro se produjo una especie de uniforme vendido en distintas tallas. A pesar de la posibilidad de elegir prendas que en apariencia eran distintas a las acostumbradas, al mismo tiempo la elección estaba sujeta al gusto de alguien más y cualquiera en la misma localidad podía elegir exactamente lo mismo. Aunado a esto, la talla no necesariamente era la indicada para cada cuerpo, en realidad formaba parte de una estandarización de medidas para facilitar y aumentar la producción.

---

<sup>13</sup> En la actualidad, la elaboración de prendas con materiales naturales como lana, algodón o *cashmere* 100% natural y sin mezclas, puede alcanzar precios bastante elevados, en comparación a la producción de prendas elaboradas con materiales sintéticos, cuya manufactura es más accesible y sus precios suelen ser bastante asequibles para el grueso de la población.

A inicios del siglo, la industria de la moda comenzó a construir el modelo a seguir para la presentación de colecciones que representarían las tendencias que, en teoría, debían ser usadas y el reflejo de una época. De modo que con cada década se presentaron nuevos estilos que pretendían satisfacer los gustos y las necesidades de la mayoría. Aunque, como lo vimos previamente, siempre existieron esas minorías que le daban la vuelta a los discursos sociales que parecían anticuados. La ropa gradualmente también adquirió un sentido, de protesta y manifestación ante las imposiciones en todos los sentidos, quienes llevaron prendas a manera de denuncia lo hicieron en el espacio público, la calle se volvió una pasarela. Por lo tanto, la industria de la moda comenzó a voltear hacia estas representaciones que provenían de la calle; la influencia de los estilos fuera de las pasarelas que mantenían la esencia de la singularidad comenzó a permear las colecciones de grandes diseñadores a lo largo del siglo.

Las culturas nacidas en la calle o contraculturas, como eran señaladas habitualmente, fueron fuente de inspiración para la creación de prendas en versiones de lujo. La ropa que para algunos formaba parte del día a día debido a sus actividades y la necesidad de llevar ropa duradera, gradualmente fue colocada en otros ámbitos que la dotaron de otro sentido. Bajo esa línea, los *jeans* de mezclilla, las botas de piel, las playeras polo y otras prendas que originalmente fueron realizadas para satisfacer una necesidad, pero con su uso en otro contexto, cambiaron su finalidad.

Por otro lado, las subculturas mantuvieron ese carácter de denuncia, pero sobre todo pretendían cuestionar a cualquier autoridad, así sucedió con los hippies, *skinheads*, los *punks*, etc. Todas estas manifestaciones fueron representadas por estilos particulares que forman parte de sus identidades, pero además facilitaron su identificación como parte de estos grupos.

Por consiguiente, la vestimenta hizo crecer ese carácter de identificación entre un lugar o personas con ideas o pensamiento afines; la posibilidad de mostrar al otro la forma de ser o leer, a primera vista, hacia donde se dirigen sus intereses fue un suceso que se manifestó de manera más clara en el siglo XX, gracias a la explosión de estilos y la oportunidad de expresión a través de los mismos.

### 3.5 Streetwear

De manera similar al dandismo, el *streetwear* es producto de un conjunto de factores relacionados con el contexto histórico y social: el desarrollo industrial, los cambios culturales, los movimientos sociales que proyectan los gustos y las preferencias que fueron determinantes para la creación de un estilo que para unos sigue en crecimiento, mientras que para otros no tiene más que ofrecer y ya fue explotado lo suficiente (Abloh, 2019).

La historia del *streetwear* está relacionada estrechamente con la práctica de algunos deportes. El *surf* es una pieza clave para la conformación de este estilo, a principios de los ochenta. En ese momento Shawn Stüssy comenzó a elaborar tablas de *surf* que distribuía entre amigos y algunos conocidos en Laguna Beach, California, su principal característica era la firma realizada a manera de *graffiti* con su apellido: Stüssy. La distribución de dichas tablas alcanzó tal éxito que Shawn llevó la firma a la impresión de camisetas.



Fuente: [All About Stüssy \(stussy.com\)](http://AllAboutStüssy.stussy.com)

La singularidad de Stüssy es que su modelo de venta se centró en la exclusividad y en la realización de una escasa selección de prendas que serían emblemáticas: en alguna entrevista Shawn mencionó que a él no le interesaba vender su colección en grandes almacenes y gastar dinero en la difusión de su marca, él prefería mantener su modelo inicial en un mercado exclusivo y en pocas cantidades para generar expectativa.<sup>14</sup> Esta selección fue influenciada por la ropa que se usaba en la calle por grupos relacionados a la escena del *skateboard*, *hip hop*, el *graffiti*, etc. En la mayor parte de las colecciones realizadas por Stüssy, las prendas esenciales eran: camisetas, sudaderas, gorras y *varsity jackets*.

<sup>14</sup> Para ahondar sobre esta entrevista se recomienda ver el documental *The look* realizado por la BBC, en donde es posible entender la manera en que convivían los distintos estilos entre la década de los ochenta y los noventa, el vídeo se encuentra disponible en el siguiente enlace: [The Look - Uniform and Function - YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=...)



Fuente: [All About Stussy \(stussy.com\)](http://All About Stussy (stussy.com))

Cabe destacar la intención de la marca de ir en contra de lo establecido y de los estereotipos de género y de cultura; de esto deriva por ello la fuerte influencia de subculturas, así consideradas, como el *punk*, el *reggae*, el *rap* y los deportes como el *skateboard*, además de algunas prácticas artísticas como el *graffiti*. A finales de los ochenta, la música *rap* y el *graffiti* adquirieron gran importancia social debido a la capacidad de representación de lo que en ese tiempo se nombraron minorías, las que gradualmente se convertirían en referentes culturales.

Con el paso del tiempo la marca adquirió un mayor número de ventas porque fue sinónimo de exclusividad y estilo entre las generaciones jóvenes, además de proveer prendas atemporales y funcionales para practicar *surf*, *skateboard* y mantener su identidad en cualquier escenario. Otra particularidad del éxito de este estilo es el entendimiento del mismo a través de su creador, aún a pesar de no tener formación como administrador de empresas o algo similar. Comprendió las necesidades del usuario o del mercado porque él mismo formó parte de éste. Por ello, aún a pesar de lanzar colecciones construidas con prendas que cualquiera señala como básicas, al mismo tiempo son prendas fáciles de usar en distintas actividades a lo largo del día y sin importar el contexto. Es importante mencionar que a mediados de los ochenta, estos deportes eran practicados por quienes se llamaban vagos, de la misma manera que llevar estas prendas era la antítesis de las personas bien vestidas o consideradas respetables. Por esa razón llamaba la atención que una marca creada por alguien que creían vago tuviera tanto éxito, no sólo por el auge de sus ventas, sino por su popularidad y su reconocimiento en

Europa y Asia. En 1996 Shawn Stüssy dejó la dirección de la marca para enfocarse en su familia, eso no significó su desaparición, por el contrario su popularidad se extendió a más partes del mundo. Aunque la marca comenzó a comercializarse en más puntos de venta, los estándares de calidad no fueron modificados pero la exclusividad que la caracterizó al inicio sí. Su estrategia de venta tampoco sufrió grandes cambios pero al final se trata de un negocio que en la actualidad es reconocido por la habilidad de Shawn por posicionar la marca a un nivel global.

Más allá de frenar sus intereses por los estereotipos en torno a la imagen de su compañía, como empresario se benefició al entender las necesidades de un mercado al que nadie más se dirigió. Sin duda Stüssy fue el parteaguas para la creación de otras propuestas de *streetwear*; en su equipo creativo y colaborativo se encontraron nombres que con el paso del tiempo generarían otros modelos de diseño, venta y consumo de *streetwear*. Algunos permanecen activos con propuestas que ahora marcan las tendencias en el *streetwear* como: James Jebbia, Hiroshi Fujiwara, Luca Benini y otros. Entre los principales puntos de intersección que unían los intereses de estas personas se encuentra el gusto por la música, evidentemente la ropa, la práctica de deportes como se mencionó, la inclinación al arte, el *graffiti*, el diseño y sobre todo la avidez por conocer más de las escenas que se desarrollaban en la calle y que estaban influenciadas por otras culturas alrededor del mundo; estos puntos permitieron la creación de una especie de comunidad global unida a través de la ropa y de un estilo.

A pesar de que no exista una definición como tal sobre el *streetwear*, los orígenes de su creación y la manera en cómo han permanecido hasta este momento, ofrecen un panorama de su éxito y de la razón por la cual se mantiene vigente actualmente. Para cualquiera, el *streetwear* sólo significa camisetas básicas con estampados de las marcas, sudaderas con capucha, *pants*, gorras de béisbol y en algunos casos chamarras en distintos estilos. Algo que no es visible a simple vista es que estas prendas representan a una generación que buscó cuestionar los modelos impuestos por una sociedad prejuiciada que sólo señalaba como positivo o negativo sin entender los matices que componen las múltiples realidades.

El *streetwear* funcionó para entender un momento de transición que comenzó a gestarse desde finales del siglo XX.<sup>15</sup> A la distancia, es posible notar, que no sólo es ropa en apariencia cómoda, es una especie de manifiesto sobre la multiplicidad de gustos, culturas, géneros y nacionalidades de una sociedad que estableció sus principios en el cambio de siglo y que abrió el debate sobre costumbres que cambiaron estereotipos y reestructuraron las formas de producir, crear una identidad y de vender ropa.<sup>16</sup>

### **3.6 El gusto y la elección de un estilo**

Por otro lado, la elección de un estilo está relacionada estrechamente con el gusto, el desarrollo de éste se asocia a distintos aspectos. Anteriormente, a partir del sociólogo francés Pierre Bourdieu se creía que el gusto era una construcción social fomentada por las clases sociales con mayor poder adquisitivo. De manera que el gusto se encontraba en la cima y se distribuía gradualmente hasta la base de la pirámide, entonces el origen del gusto se encontraba en las personas con posibilidades de compra y era colocado en el resto de las clases paulatinamente. Con el paso del tiempo esta y otras teorías en torno al gusto fueron analizadas hasta comprender el gusto como una capacidad individual que es nutrida por distintos aspectos como el género, la economía, la cultura, los intereses propios, etc. Las generaciones actuales no se esmeran en replicar comportamientos de otros tiempos, sino que por el contrario, lo cuestionan y buscan generar otras alternativas, de manera similar al dandismo en el siglo XIX, sobre esto último Erner Guillaume menciona:

---

<sup>15</sup> Sobre este punto, se recomienda la lectura de: *This Is Not a T-Shirt: a Brand, a Culture, a Community. A life in Streetwear* de Bobby Hundreds, en este texto es posible comprender la evolución de la escena sneakerhead, además de entender el desarrollo de lo que conocemos como hypebeast. Porque si bien, Shawn Stüssy sentó las bases del streetwear, con el paso del tiempo y en la actualidad se desarrollaron otras propuestas que en su mayoría fueron producto de las necesidades y demanda sentadas por el público que también se interesó en la compra de tenis que se transformaron en artículos coleccionables. Este fragmento se centra únicamente en las bases del streetwear pero si se desea conocer el resto del panorama se sugiere la lectura del texto mencionado.

<sup>16</sup> Debido al impacto social de este estilo, las empresas de ropa deportiva comenzaron a crear líneas enfocadas en satisfacer esa demanda, otras marcas proliferaron en el mercado y una vez que comenzó a crecer el interés por el streetwear, la industria de la moda giró la cabeza hacia este estilo. De manera que un estilo que evolucionó en las calles, poco a poco fue absorbido por la industria y transformado hasta llevarlo a las pasarelas y de esa forma legitimarlo hasta volverse una moda. Un ejemplo de ello fue el trabajo realizado por Virgil Abloh como director artístico para la división masculina de la firma francesa Louis Vuitton.

Para la moda adolescente, la situación incluso se ha invertido prácticamente: todos los signos de marginalidad se privilegian de forma evidente. El *bon chic bon genre* [“elegante y modoso”] constituye el estilo de una ínfima minoría de adolescentes, y es evidente que todos los demás no les intentan imitar. La mayoría de los jóvenes se siente fascinada por aquellos que encarnan la cultura urbana, *skaters*, *ravers* o *rappers* (Guillaume, 2008: 88).

Aunque también intervienen las tendencias<sup>17</sup> trazadas por el mercado, en la actualidad es posible generar un estilo a partir de elecciones propias que se relacionan con la experiencia estética producida por el uso o posesión de determinado objeto, en este caso la ropa y su consumo a través de imágenes en nuevos escaparates como *Instagram* que a su vez promueve un estilo de vida ligado a la experiencia de compra, misma que se retoma en el capítulo siguiente.

### **3.7 Liberar al cuerpo por medio de la ropa: un diálogo entre dandismo y *streetwear***

A primera vista, una revisión del *streetwear* a partir del dandismo podría parecer casi imposible, cómo se podrían comparar ambos estilos si el espacio y el tiempo en el que se desarrolló cada uno, a primera impresión, pueden parecer completamente distintos. Reflexionar en los detalles y ahondar en los mismos permite reconocer otras posibilidades. En distintos momentos de la historia, las personas han manifestado su inconformidad frente al orden establecido: en el siglo XIX, se rebelaron ante las antiguas costumbres de la realeza que privilegiaban solo a unos cuantos. Actualmente se hace frente a tradiciones anticuadas que perpetúan posturas sobre: distinciones de género, color de piel, talla o forma del cuerpo y etnia. En respuesta a ello, surgen los movimientos sociales y contraculturales que también se manifiestan por medio de la vestimenta, sobre esto Guillaume Erner menciona: “Al transformar los objetos en símbolo de una época, desemboca más bien en una causalidad circular: todas las modas están condenadas a coincidir con el espíritu de la época” (Guillaume, 2008: 51).

---

<sup>17</sup> Sobre las tendencias y quienes influyen en la creación e imitación de las mismas, se recomienda la lectura del texto: *Sociología de las tendencias*, donde Guillaume Erner ahonda sobre distintos puntos de vista en torno a la moda, el gusto y las tendencias.

Al tratarse de objetos, en este caso la ropa, la industria los absorbe y los vuelve parte de una moda o una tendencia que probablemente inició como manifiesto o a causa de una necesidad; tal es el caso de la ropa deportiva, cuyo uso en la actualidad va más allá de practicar alguna actividad física o de alguna marca en específico. Su popularidad ha provocado que la industria genere líneas enfocadas en distintos mercados, mientras que la ropa deportiva genérica puede adquirirse hasta en el supermercado, por otro lado, el *streetwear* se enfoca en un mercado específico y es resultado de la demanda del mismo. De manera similar al desarrollo del dandismo, que surgió como un estilo opuesto a lo establecido y poco a poco fue absorbido por el mercado.

El cruce entre *streetwear* y dandismo, sucede a partir de los principios ensalzados por cada estilo, el cual no necesariamente forma parte de una receta o fórmula para seguirla al pie de la letra y conseguir ser un dandi o tener todas las prendas de las colecciones reconocidas en el *streetwear*. En este punto se realizará un salto constante entre los siglos XIX y XX, debido a la intersección de principios o conceptos que mantienen en común tanto el dandismo como el *streetwear*. Es importante tener en cuenta el proceso evolutivo o el retroceso<sup>18</sup> de cada prenda, aún a pesar de que se hable de una chaqueta, de los materiales, las costuras y su uso en distintos momentos, por ello es necesario mantener presente la ida y vuelta en el tiempo a partir del siguiente párrafo.

Uno de los aspectos fundamentales tanto del *streetwear* como del dandismo es la posibilidad, de ambos estilos, por mantener el cuerpo libre de ataduras impuestas por el exceso de ornamento. Aún cuando se conoce que George Brummell pasaba horas perfeccionando su atuendo para hacerlo parecer como algo repentino, su aspecto también fue caracterizado por simplificar el estilo acostumbrado por la monarquía en tiempos anteriores, sin ataduras impuestas por la indumentaria o por prendas rígidas. La modernidad, en ambos periodos, obligó al ser humano a estar presente en múltiples escenarios a lo largo del día y posiblemente participar en eventos sociales, laborales, familiares, etc. Para ello se volvió necesario adaptar la vestimenta de acuerdo al estilo de vida instaurado por los tiempos modernos. La simplificación del atuendo es esencial para ambos estilos, la

---

<sup>18</sup> Evolutivo en el sentido de hacer referencia a su uso a partir del siglo XX y en retroceso por su uso en el siglo XIX.

importancia de la adecuación de prendas ya existentes en el armario de quien decidiera llevar cualquiera de los estilos es un punto clave. Si bien la existencia de prendas básicas como la chaqueta o el pantalón forman parte de distintos estilos, lo sustancial de estos elementos para el dandismo y el *streetwear* se encuentra en los detalles que cada estilo impregna. Aunado a esto, el concepto de rebeldía adoptado y adaptado por ambos estilos; un dandy contemporáneo, es quien decide vestir con armonía, poner atención al detalle con prendas sencillas que se caracterizan por ser cómodas. Elige cada prenda a partir del gusto que a su vez conlleva una experiencia estética y ha cultivado la elegancia a lo largo del tiempo para adaptarla a este momento. Así refleja su actitud, como una persona que no sólo disfruta de vestirse para todos los días, sino que a su vez se revela ante el orden establecido con la ropa que utiliza, ante la imposición de la ropa desechable, de plástico y de adornos excesivos o que lo encasillen como un individuo de la masa; es decir con buen gusto y da prioridad a la simpleza. Busca prendas duraderas, funcionales, hechas con telas compuestas de fibras naturales en su mayoría, aquí el diseñador tiene un papel importante porque articula la necesidad con la estética por su conocimiento como usuario y autor de estas prendas.



Fuente: elaboración propia

Considero que ambos momentos, finales de siglo XIX y finales de siglo XX, son importantes, ya que son caracterizados por la avidez de la sociedad en dejar atrás las costumbres del pasado. Las prácticas de otras generaciones ante la modernidad parecían cada vez más obsoletas. Una manera de representar el descontento y hacerlo evidente para todos fue a través de la ropa, ambas generaciones a finales de siglo se distinguen por el entusiasmo hacia lo nuevo; en este sentido, la cita de James Laver puede resumirlo: “Entre los jóvenes se respiraba un nuevo aire de libertad, simbolizado en la indumentaria de deporte y en la extravagancia de sus trajes cotidianos”(Laver, 2006: 212- 213).

Siguiendo esa línea, tanto el siglo XIX como el XX estuvieron permeados por el interés de las personas en el deporte, tanto en la práctica o como público espectador. En las dos etapas era necesario estar de acuerdo a la ocasión, para ello era primordial contar con prendas que lo permitieran, que facilitaran el movimiento natural del cuerpo sin impedimentos, sobre esto Lipovetsky refiere: “El deporte dignificó el cuerpo natural, permitió mostrarlo tal como es, desembarazado de las armaduras y trampas excesivas del vestir” (Lipovetsky,1996: 124). Recordemos la importancia de tener la oportunidad de practicar deportes, en ambos siglos, esta posibilidad fue sinónimo de bienestar en todos los sentidos y la manera de hacerlo evidente, además de mantener un cuerpo sano, fue por medio de la ropa. Esta manera más ligera de llevar el atuendo para el día a día es esencial tanto para el dandismo como para el *streetwear*, volver a los básicos, simplificar la forma de vestirse es una característica que aunada al cuidado por los detalles, potenció la diferenciación con el resto de los estilos en ambas épocas.

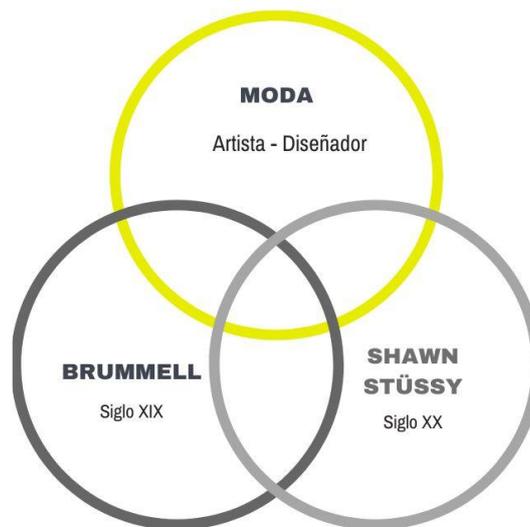
Más que producir una forma de vestir marcada por el exceso de ornamentos, de capas de ropa o de telas lujosas, el interés se centró en los detalles que harían único cada elemento para completar el estilo, tanto del dandi como de quien se incline por el uso de *streetwear*. La intención de ambos estilos no es ostentar la riqueza o la posición social por medio de la indumentaria, como lo mencioné antes, el uso de prendas más relajadas y en ocasiones la suma de prendas deportivas a la vestimenta para todos los días es otro principio compartido entre ambos estilos. La necedad por construir una identidad por medio de la ropa y aparentar tener una posición económica determinada, no fue el interés ni del dandismo y mucho menos del *streetwear*. Por esta razón, considero relevante

remarcar la importancia de mantenerse fiel a las propias inclinaciones, más allá de las construcciones sociales a través de las apariencias o de los dictados de la moda en ambos momentos, exaltada en los dos estilos, sobre esto Lipovetsky menciona:

[...] en lo sucesivo lo chic es no parecer rico. Lo que para los hombres se manifiesta en el siglo XIX con la estética de Brummell, gana de otro modo el universo femenino; la exhibición deslumbrante se eclipsa en beneficio de la estética democrática de la pureza, la sobriedad y la comodidad (Lipovetsky, 2006: 120).

Bajo este concepto favorecido por la simpleza y la funcionalidad, las prendas básicas, como las llamaríamos en el presente, comenzaron a formar parte de los armarios de más personas, sin importar su género. A finales del siglo XIX las chaquetas, *redingotes* o *trench coats* fueron utilizados y adecuados para usarse a lo largo del día (Laver, 2006: 208). Sucede de manera similar a finales del siglo XX, así, tanto el dandi como el usuario de *streetwear* retoman prendas que ajustan según su estilo pero se mantienen a través del tiempo. Esto último se relaciona de manera estrecha con la evolución, no sólo de las personas, sino de los objetos realizados para su uso cotidiano y las personas detrás de esta actividad que hoy conocemos como diseño. De igual manera, remarcaría la importancia social que ha adquirido el ejercicio de dicha profesión; en esa línea tanto el dandismo como el streetwear sostienen una gran conexión. La forma en que ambos estilos fueron desarrollados, a partir de, George Brummell y, después, Shawn Stüssy cada uno en su momento, en apariencia no tenía más que ofrecer, sólo una selección de prendas, el modo de combinarlas y en consecuencia el reconocimiento social y la aceptación, aún a pesar de ser pioneros en llevar estilos que parecían ser la oposición a lo que se acostumbraba en el momento. Sobre esta parte, Lipovetsky hace un breve análisis:

La ascensión social de las personas dedicadas a la moda no es un fenómeno sin precedentes; en cierto sentido se puede relacionar con un movimiento reivindicativo mucho más antiguo, el iniciado en los siglos XV y XVI por los pintores, escultores y arquitectos que no pararon hasta obtener para sus profesiones un estatus de artes liberales, radicalmente distinto del de los oficios mecánicos o artesanos (Lipovetsky, 2006: 140)



Fuente: elaboración propia

Por último, pero justo el punto de mayor intersección entre ambos estilos, es la posibilidad de ir en contra de lo establecido, lo que al mismo tiempo sienta un precedente que seguirá haciendo ecos.

Tanto el dandismo como el *streetwear* marcaron una tendencia que se replicó por la facilidad de adaptación, pero además por la cualidad de esquivar las clases sociales y transformarse a través de la indumentaria, sobre esto Barthes en su texto sobre dandismo resume lo siguiente:

[...] el dandi está condenado a inventar incesantemente rasgos distintivos infinitamente nuevos: tan pronto se apoya en la riqueza para distanciarse de los pobres como busca lo usado para distanciarse de los ricos: precisamente, la función del «detalle» es permitir que el dandi rehuya la masa y no sea jamás alcanzado por ella; su singularidad es absoluta en esencia, pero retenida en sustancia, pues nunca debe caer en lo excéntrico, que es una forma eminentemente imitable (Barthes, 1962: 405-406).

Marcar un equilibrio entre prendas cómodas, fáciles de llevar por la posibilidad de adaptarlas y potenciarlas a través de los detalles parece una tarea fácil pero ir a contracorriente y evitar caer en lugares comunes es la razón por la que se cree que el dandismo no continuó, de manera similar al *streetwear*, con algunos diseñadores como Virgil Abloh y algunas de sus declaraciones donde manifiesta que fue explotado y llegó a su fin desde hace algunos años debido a su ascenso y deformación a causa de la industria.

#### **4. Un estilo a través de imágenes en *Instagram*: asociaciones visuales entre *streetwear* y dandismo**

##### **4.1 Bill Cunningham y el retrato de moda en las calles como antecedente de la moda en *Instagram***

A finales de los años sesenta la manera de realizar fotografías sobre moda y estilo cambió bajo la lente de Bill Cunningham. Su forma de retratar a individuos en las calles de Nueva York fue un parteaguas para otros fotógrafos y para el *New York Times* por romper el modelo habitual sobre fotografías de moda y estilo de vida. Gradualmente las fotografías de Bill para su columna en dicho periódico comenzaron a volverse populares, a tal grado que Anna Wintour repitió en varias ocasiones: “todas nos vestimos para Bill”.<sup>19</sup>

La singularidad de sus fotos se encontraba en que sucedían de manera espontánea en la calle y los personajes que las protagonizaban no necesariamente pertenecían a la farándula o eran modelos de pasarela, en repetidas ocasiones Bill Cunningham retrató a desconocidos que captaron su atención a través de sus atuendos y los detalles de los mismos.

A la distancia, el trabajo de Cunningham es el archivo visual de la forma en que las calles de la ciudad fueron cambiando junto a las personas y sus estilos. Mediante la fotografía logró documentar distintos momentos en los que la moda fue más allá y parte esencial en la vida de las personas por medio de otros aspectos que traspasaron lo superficial. Cunningham logró retratar a una ciudad a lo largo de varias décadas con el enfoque de la moda sin utilizar los desfiles de moda como protagonista, sino que las calles se volvieron su pasarela, en sus palabras: “El mejor desfile de moda es el que tiene lugar en las calles [...] tienes que estar en la calle y dejar que la calle te diga lo que se lleva” (Press, 2010: s/n).

El interés de Bill por la moda fue reflejado en sus fotografías, aún a pesar de truncar su carrera como diseñador de sombreros pudo direccionar dicho interés en la fotografía y su forma de realizar una especie de crónica visual.

---

<sup>19</sup> Ambas citas fueron tomadas del documental: *Bill Cunningham New York*, mismo que se recomienda para ahondar sobre el trabajo de Bill Cunningham y comprender más sobre la importancia de su producción para la moda y la fotografía.



Fuente: documental *Bill Cunningham New York*

Su columna se convirtió en referente para cualquier interesado en la moda, pero también fue atractiva para otros públicos debido a la posibilidad de encontrar a personas comunes en ella. Esta característica fue esencial para el desarrollo de su trabajo, a Bill le importaba fotografiar a las personas en general sin necesidad de que fueran modelos o gente poderosa. Él creía que esa era la mejor forma de ver la ropa, llevada por personas en la vida real y no encima de las pasarelas.

Las fotografías que componen su archivo fueron realizadas de manera analógica y aún a pesar de que el *New York Times* hizo la transición al modo digital, Bill prefirió quedarse con la primera. Con el cambio de siglo las posibilidades con respecto a la conformación de un estilo fueron múltiples, a diferencia del siglo anterior, en el que se categorizaron de manera general durante el paso de las décadas. Justo como lo documentó el archivo de Bill, podía comprenderse que en los años setenta se produjo el auge del estilo disco y sus variaciones en los ochenta con el uso de un estilo deportivo inspirado en los *aerobics* y sus debidas adaptaciones por vecindario, etc. Por otro lado, el siglo XXI significó un sinnúmero de posibilidades en lo referente a la indumentaria, pero también en la forma en que comenzó a consumirse y a difundirse.

Los hábitos de consumo fueron modificándose debido al desarrollo y al auge de otros medios de comunicación. Mientras que los usuarios de otras generaciones crecieron consumiendo a través de medios impresos y medios audiovisuales, en el cambio de siglo las nuevas generaciones comenzaron a frecuentar el uso de medios digitales. Con ello la lectura y la compra de revistas especializadas en moda fue quedando poco a poco en el pasado; esto aunado a los círculos de poder en torno a la industria, las posibilidades de ascender en un mundo que parecía destinado sólo a algunos sin permitir la entrada a nadie más. Por otra

parte, el auge de internet y las redes sociales permitió su utilización bajo los criterios del usuario, para ese momento cualquiera con acceso a internet tuvo la oportunidad de hacerse escuchar, de hablar, de escribir o de manifestarse de cualquier manera y según sus intereses. Así, los blogs especializados en moda comenzaron su ascenso, desde el enfoque creativo para quienes estaban interesados en el diseño de moda, como para los que les interesaba observar y al mismo tiempo emitir una crítica, aunque también se abrió una nueva oportunidad para aquellos interesados en la fotografía.

Cabe recordar el antecedente de las fotografías para publicaciones que por mucho tiempo fueron impresas como *Vogue* y otras, las cuales representaron un referente para el mundo y la industria de la moda, pero sobre todo fueron un estandarte publicitario para grandes marcas que pagaron por anunciarse en ellas. Esta práctica mantuvo el interés en números especiales de versiones impresas como el “September Issue” de la revista *Vogue*, que con el paso del tiempo y el desarrollo de otros soportes digitales, comenzaron a ser obsoletas. Aunque en gran medida, como consecuencia de las limitaciones del discurso expuesto en varias de estas publicaciones, otras voces comenzaron a generar sus propios canales de comunicación a través de plataformas como *Youtube*, *Tumblr*, *Instagram* y más recientemente *Tik Tok*.

La posibilidad de crear contenido basado en intereses propios abrió una oportunidad para cualquiera que quisiera manifestar su postura. En el caso de la moda y en consecuencia al discurso planteado por las revistas y sus propios intereses, entonces las opiniones, los discursos y la producción de contenido se volcó en las redes sociales.



Fuente: libro *On the street. Five decades of iconic photography*

Bajo la premisa de 'hacerlo tú mismo', se cree que Bill Cunningham fue precursor del concepto que se utilizaría en la creación de contenido relacionado a la moda y a su industria en las redes sociales. A partir de su aporte fotográfico, las calles adquirieron otro sentido, por ello se cree que Bill es el creador del *streetstyle*, mismo que fue replicado por otros; no debe confundirse con los *paparazzi* porque a diferencia de ellos, Cunningham siempre fue muy cuidadoso con el trato a las personas, su ropa y las fotografías que publicaba.

Con el auge de internet y el uso de redes sociales, la cobertura de las semanas de moda en París, Nueva York y otras ciudades fueron cubiertas por jóvenes interesados en ingresar desde su trinchera, pero sin la posibilidad de hacerlo debido a las restricciones de la propia industria, sobre esto Tanya Meléndez menciona:

Durante el cierre del siglo XX, culmina la desarticulación del reinado del diseñador que impone tendencias monolíticas. En esa década, la multiplicidad de voces en el mundo de la moda crece exponencialmente. Además, se populariza el internet, lo que como es bien sabido, transforma a la moda con una profundidad y velocidad nunca antes vistas (Meléndez, 2020: 5).

La alternativa fue replicar el trabajo de Bill Cunningham fuera de las semanas de la moda cubiertas por las revistas de siempre, la forma de hacerlo fue en las calles de las mismas ciudades, la idea era darle cara a la moda y los diferentes estilos sin necesidad de recurrir a un medio con múltiples imposiciones que lo hicieron obsoleto y anticuado.

El uso de las redes sociales propició la creación de una identidad más allá de la realidad, ya no sólo a través de la ropa, sino por medio de una imagen construida en la realidad virtual. Por tanto, las imágenes se convirtieron en una especie de rompecabezas que funcionó para formar la personalidad que se quería reflejar.

#### **4.2 Instagram: el nuevo escaparate**

La oportunidad de crear una imagen que sea agradable para sí misma y, al mismo tiempo, que pueda proyectarse a otras personas es una posibilidad que continúa en ascenso gracias al uso de las redes sociales. Adquirir seguidores por medio de una imagen o de un contenido que involucre imágenes se ha convertido en una práctica rentable para algunos y en consecuencia replicada por otros. Aunque el contenido que se genera para publicarse en medios digitales puede estar dirigido a diversos intereses, sin duda varias de las decisiones que se toman en la actualidad están influidas de manera directa por las redes sociales y los medios digitales.

Con el ascenso de los medios digitales, los intereses de cada red social comenzaron a seccionarse según los intereses de sus usuarios, pero principalmente de sus creadores. El desarrollo de las redes en gran medida fue producto de estos intereses y de la manera en que el usuario comenzó a definir su perfil en estos entornos. Mientras que *Facebook* fue destinado para amigos y familiares, *Youtube* se destina a la búsqueda de vídeos musicales y con el tiempo a un sinnúmero de temáticas; *Twitter* se mantuvo en la interacción a través de sus doscientos cuarenta caracteres. De modo que la imagen, más allá de las fotografías entre amigos y reuniones familiares quedó aparentemente desprovista de una red social. Aunque anteriormente existieron redes como *Fotolog* y *Flickr*, el uso de éstas no tuvo los alcances que llegó a tener *Facebook* en su momento.

Con la idea de crear una red social que permitiera conectarse a través de fotografías hechas con el celular se desarrolló *Instagram*. Sus creadores, en un inicio fueron Kevin Systrom y Mike Krieger, su lanzamiento de manera formal sucedió en 2010 y estuvo disponible únicamente para sistema *iOS*. Poco a poco comenzó a adquirir usuarios y popularidad, por esa razón fue adquirida en 2012 por Mark Zuckerberg. Aunque en un inicio la interfaz fue limitada porque el interés se centraba en la interacción con imágenes sin ser realizadas de manera profesional. Con la venta del proyecto inicial, se hizo la transición a un segundo momento para esta red.

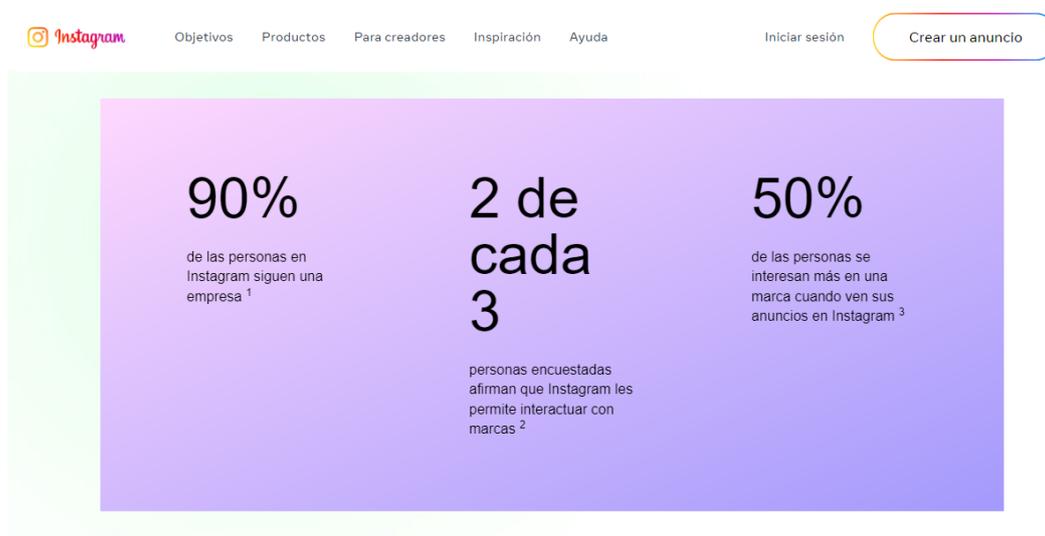
En 2015 se agregaron otras herramientas, en un inicio sólo se incluían algunos filtros para la edición de fotografías, limitaciones para el re-posteo de las mismas y una interacción algo limitada entre usuarios. Mientras que en este segundo momento se sumó la posibilidad de explorar lo que sucedía con otros usuarios a través del algoritmo de uso en *Instagram*. Con Mark Zuckerberg a cargo, la evolución de dicha red fue marcada por la popularidad de la misma por encima de otras, a tal grado que logró superar a *Facebook* en cantidad de usuarios.

Con las estadísticas de usuarios en *Instagram* en aumento, la interfaz fue agregando más características que sumaron interesados. Su competencia inmediata fue Snapchat pero con la posibilidad de subir historias y transmitir en vivo, *Instagram* se mantuvo a la delantera. Aún en la actualidad cuando se cree que *Tik Tok* podría desbancarla, la brecha generacional y los intereses de sus usuarios actuales se mantienen fieles al uso de esta red y sus directivos prevén un ascenso a pesar de sus modificaciones, en palabras del actual director de *Instagram*, Adam Mosseri: “el mundo está evolucionando rápidamente y debemos cambiar con él” (Mosseri, 2022).

Actualmente el sitio oficial de *Instagram* no ofrece cifras exactas sobre su cantidad de usuarios hasta el día de hoy, tampoco hasta este año. Aunque al realizar una búsqueda a través de *Google*, los resultados mencionan que actualmente 1.47 millones de personas usan *Instagram* cada mes y el rango de edad de mayor audiencia ronda entre los 18 y 34 años.

A pesar de no contar con información oficial actualizada sobre estadísticas de usuarios, rango de edad, género, etc, sitios externos han realizado cálculos sobre estos datos, sin embargo, no es posible asegurar que sean reales porque finalmente quien cuenta con estas bases de datos es la propia red social. Por otro lado, en el sitio oficial es posible encontrar un apartado enfocado en ventas de productos a través de la red social. Como lo mencioné antes, con la venta de la interfaz original, su nuevo dueño agregó múltiples herramientas que potenciaron su uso no sólo como red social, sino como portal de ventas. En el mismo sitio es posible consultar maneras en que se pueden comercializar distintos tipos de productos por medio de las herramientas que ofrece. Se pueden realizar búsquedas específicas de productos, muestras en tiempo real gracias a las transmisiones en

vivo y a publicidad a través del uso de historias<sup>20</sup> y *reels*.<sup>21</sup> Aparentemente las oportunidades de venta son infinitas y gracias a la cantidad de usuarios alrededor del mundo, es posible llegar a más personas. La siguiente imagen muestra las cifras que comparte el sitio oficial de *Instagram* con respecto a las posibles cifras a las que llegaría una marca o un producto al utilizar dicha red como punto de venta:



Fuente: [Instagram para empresas: Marketing en Instagram | Instagram for Business](#)

Al contar con un modelo de venta tan claro, *Instagram* se convirtió en un nuevo escaparate que aumentó sus números con la llegada del SARS-CoV-2 en 2019. La comodidad de uso de la interfaz y el hecho de que miles de usuarios ya contaran con la aplicación antes de la pandemia, sólo facilitó el trabajo para quienes no estaban familiarizados con esta herramienta en la plataforma. Con la evolución de esta nueva forma de compra, el usuario también comenzó a familiarizarse con otros términos y con conceptos de venta que debieron adaptarse al aislamiento. Aunque varias de éstas se practicaban con anterioridad, durante ese momento adquirieron mayor importancia porque fueron realizadas por mayor número de personas, unas de ellas fueron las compras por Internet, no sólo a través de *Instagram* sino también de tiendas especializadas, supermercados, farmacias y el resto de productos que fueron necesarios para continuar en la normalidad propiciada por la cuarentena. Para llevar a cabo dichas compras era necesario generar catálogos con fotografías

<sup>20</sup> Definición extraída del sitio oficial de *Instagram*: *Instagram Stories* es un espacio en el que las personas y las empresas comparten imágenes y videos de formato corto y vertical que desaparecen luego de 24 horas. Están diseñadas para ser rápidas, memorables y divertidas.

<sup>21</sup> Definición extraída del sitio oficial de *Instagram*: Los *reels* son videos cortos y entretenidos en *Instagram* en los que se puede expresar la creatividad y hacer que una marca cobre vida.

de los productos que facilitarán la elección de los mismos. En el caso de los víveres y las medicinas no es necesario el uso de demasiada producción para exhibir el producto. Pero en el caso específico de la vestimenta se requiere desarrollar un catálogo de productos que contenga la mayor cantidad de información sobre las prendas que incluye. Esta clase de catálogo especializado en moda es conocido como *lookbook* y es utilizado para presentar las colecciones, tanto por diseñadores exclusivos como por tiendas de *fast fashion* y minoristas. También es la forma en que la marca, propuesta por el diseñador muestra su colección sin necesidad de una pasarela, dicha práctica facilita los procesos de intercambio entre el diseñador y el usuario final. Para conformar dichos catálogos o *lookbooks*, es importante realizar fotografías de las prendas sobre un modelo, en algunos casos se agregan las medidas de estos dos elementos para facilitar la selección del usuario. Además se muestran las posibles combinaciones propuestas por la marca o el diseñador, con la finalidad de aumentar el interés, pero además para mostrar la colección completa. Dicho contenido fue sumándose a los perfiles de determinadas marcas en *Instagram*, gracias a las herramientas que fueron añadiéndose para potenciar las ventas de los usuarios que lo eligieran. En la siguiente imagen se muestra un ejemplo:

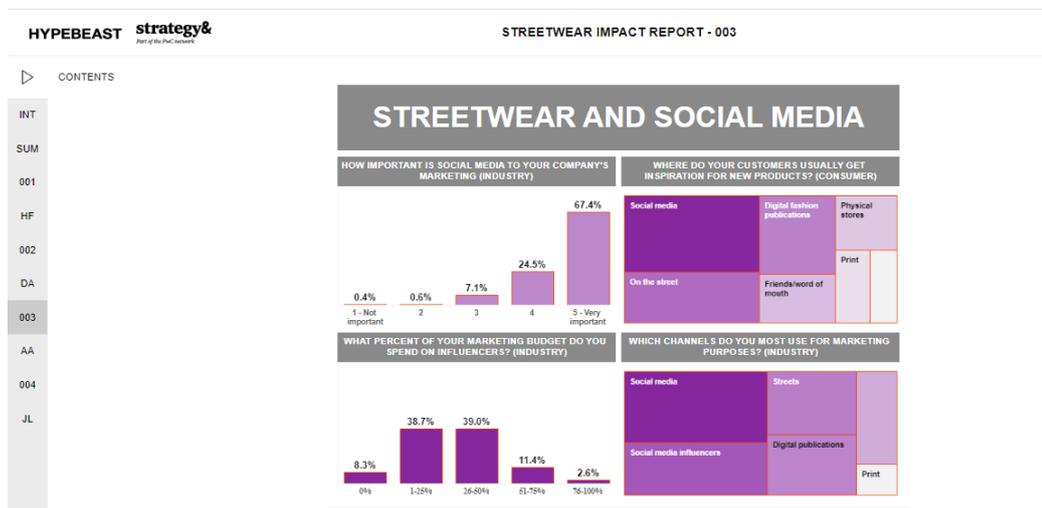


Fuente: <https://www.instagram.com/stussy/>

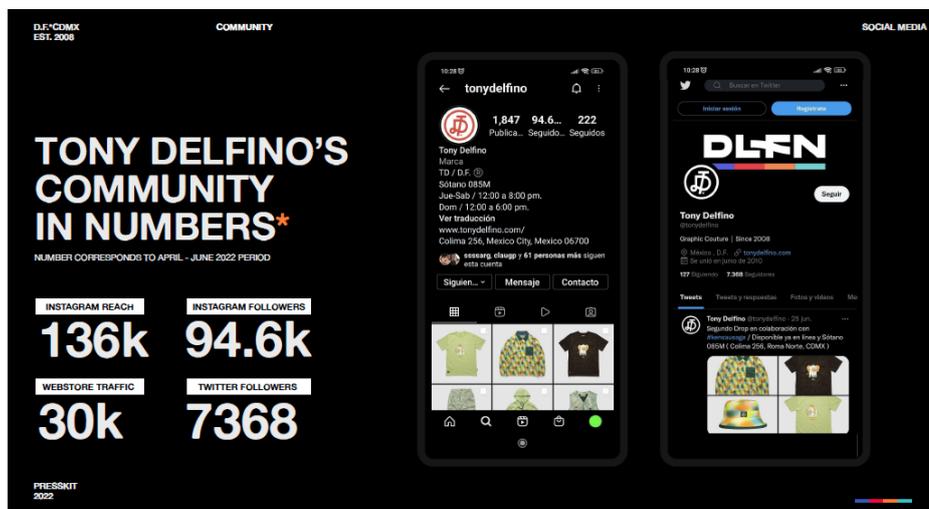
De modo que *Instagram* facilitó los procesos de compra y de venta de múltiples productos, pero en el caso de la indumentaria, funcionó también como *lookbook* y escaparate para mostrar las colecciones en cada temporada.

### 4.3 Asociaciones visuales

Con el modelo de venta propuesto por Shawn Stüssy, el desarrollo del *streetwear* dio continuidad a las bases sentadas por Stüssy. Las propuestas de diseño que dieron seguimiento a este estilo mantuvieron el concepto de venta y publicidad pero lo complementaron con el uso de medios digitales. En este caso con los sitios oficiales de cada propuesta, los perfiles oficiales en Instagram y la posibilidad de suscribirse a un boletín de noticias para estar actualizado sobre los próximos lanzamientos. Las siguientes imágenes muestran las cifras de consumo a través de los medios digitales, en la primer imagen de manera global a partir del reporte realizado por el medio Hypebeast y en la segunda, de manera local en el kit de prensa realizado por Tony Delfino:



Fuente: <https://strategyand.hypebeast.com/streetwear-report-social-media-instagram>



Fuente: <https://cdn.shopify.com/s/files/1/0021/3696/5181/files/TD-PRESSKIT-22-ENG.pdf?v=1656980765>

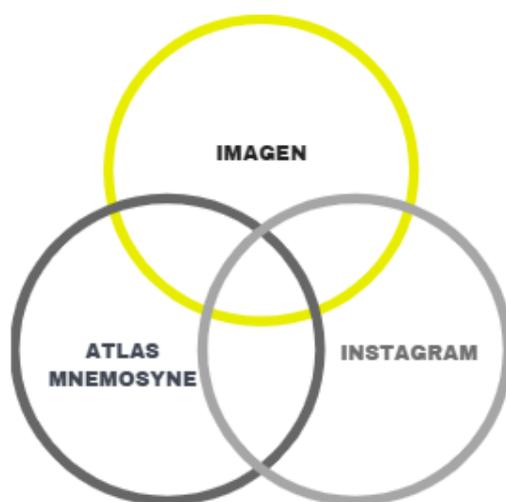
Este concepto se centra en la creación de lanzamientos programados por temporada, algunas veces la relevancia de estos lanzamientos se caracteriza por la cantidad de piezas que conforman la colección o la realización de piezas limitadas y numeradas sobre determinado artículo, razón por la cual se eleva el interés por éstas y a su vez el aumento de valor económico de las mismas. La difusión de estos lanzamientos, también llamados *drops*, queda en manos de las mismas marcas, no se realiza una campaña publicitaria, en algunos casos se realiza la cobertura por parte de determinados medios especializados, justo por el interés del mercado en el que se enfocan y a su vez porque reconocen a su público como usuarios de este estilo y su trascendencia en la actualidad.

Al tener un panorama más claro sobre la forma en que, de manera general, las propuestas de *streetwear*, realizan la difusión de sus productos; el proceso de elección, tanto de las marcas, como las imágenes representantes del *streetwear* fue el punto determinante para esta sección del trabajo.

Al final se eligieron dos fotografías realizadas en el periodo correspondiente a la temporada primavera-verano 2021. La selección de este periodo está determinada por la temporalidad en que fueron lanzadas ambas propuestas de *lookbook* a través de Instagram. Aunado a esto, las propuestas de diseño de *streetwear*, seleccionadas para este apartado representan el origen y adaptación de este estilo. Por una parte, Nueva York como uno de los puntos clave para el auge del mismo y la Ciudad de México que toma como referencia las bases del *streetwear* para la construcción y adecuación del mismo en América latina. Ambas propuestas de diseño, Stüssy y Tony Delfino, guardan grandes similitudes en el proceso de lanzamiento, creación de colecciones y modelo de venta, por ello también fueron seleccionadas para el desarrollo de este análisis. Sobre los antecedentes acerca de Tony Delfino y para comprender más sobre dichas similitudes: en la actualidad se diseña y confecciona en Ciudad de México, previamente tuvo un antecedente conocido como Gomagrosa, una especie de prueba y error para Mayk, Dhear y Smithe, quienes decidieron comenzar a experimentar en 2008 con la realización de camisetas estampadas con ilustraciones hechas por ellos mismos. Este planteamiento funcionó para entender de manera más clara las necesidades propias del diseño de indumentaria, una vez que la propuesta Gomagrosa llegó a su final, se transformó en Tony Delfino, una proyecto construido con un mayor entendimiento

sobre el papel del diseño y el usuario. Esta comprensión desde las necesidades del diseño de prendas para todos los días sucedió de manera simultánea porque quienes se encuentran detrás de la marca, también la usan, de ahí la capacidad para consolidarse como referente en el diseño de *streetwear*.

Con la selección de propuestas de diseño, así como las imágenes para su análisis, el siguiente paso se concretó por medio de una técnica basada en los trabajos de Elsie Mc Phail, Gottfried Boehm y Maria Acaso. Se retomó una de las ideas iniciales que dieron pie a este trabajo, las correlaciones visuales entre imágenes, de tal manera que el trabajo de Aby Warburg en el *Atlas Mnemosyne* fue esencial para concretar las relaciones más allá del tiempo y el espacio en que se producen las imágenes. Asimismo, la revisión del *Atlas Mnemosyne* propició los cruces visuales entre las láminas que lo componen y la forma en que trabaja el algoritmo y herramientas de búsqueda en *Instagram*, mismo que es posible visualizar en los párrafos seguimientos.



Fuente: elaboración propia

Cabe señalar que el marco metodológico de las secciones anteriores fue construido a través de la teoría fundamentada, mientras que esta última parte se caracteriza por el análisis del lenguaje visual imágenes, específicamente en dos fotografías utilizadas como parte de *lookbooks* pertenecientes a las propuestas de diseño antes mencionadas. Es por ello que se decidió implementar una técnica que tratara a la imagen como tal y no como texto a partir de análisis basados en la semiótica. Esta posibilidad permitió volver a las motivaciones iniciales del proyecto, desde la

comprensión de la imagen a partir de los detalles, pero sobre todo como la manifestación de un momento en específico. Con la revisión de los textos: *Desplazamientos de la imagen* y *Cómo generan sentido las imágenes. El poder del mostrar*, fue posible adquirir mayor comprensión sobre la imagen como tal y no como un texto que debe ser descifrado a través de su lenguaje. Al inicio de este proyecto, se comprendía la imagen en relación al concepto de Barthes en el *Sistema de la moda*, donde se entiende de tres maneras posibles: el vestido tangible, el vestido descrito y el vestido en una imagen. En su momento esta forma de entendimiento dio pie a la búsqueda de otras alternativas que no necesariamente involucraran una descripción o análisis como si la imagen se convirtiera en un texto traducible por medio de la semiótica. La decisión de encontrar otras posibilidades a partir de la imagen estuvo influenciada en gran medida por el trabajo de Aby Warburg en el *Atlas Mnemosyne*, debido a la capacidad de las imágenes para permitir evocar al pasado y a su vez explicar un posible presente a partir de ello, citando al autor:

La necesidad de tratar con el mundo de las formas correspondientes a valores expresivos predefinidos —procedan estos del pasado o del presente— significa para todo artista que quiera hacer valer su particularidad la crisis decisiva. La conciencia de que este proceso tuvo una significación de una magnitud inusitada, y hasta ahora pasada por alto, para la formación de los estilos en el Renacimiento europeo ha conducido al presente ensayo de *Mnemosyne*, que en su base material de imágenes no pretende ser otra cosa que un inventario de esas formas demostrablemente preexistentes, que exigían del artista, o bien el distanciamiento, o bien la reanimación de esa masa de impresiones doblemente agrupadas (Warburg, 2010: 4).

Sobre la comprensión de la imagen más allá del momento en que fue realizada y la manera en que Warburg retoma las imágenes del pasado como influencia en el presente. Aunado a la forma en que los objetos adquieren otro significado a través del tiempo. Volver al pasado para buscar antecedentes que permitan explicar el presente, fue un recurso esencial para la construcción de puentes entre el dandismo y el *streetwear*. Visualmente, las láminas del *Atlas Mnemosyne* dieron pauta a la búsqueda de elementos que mantenían en común ambos estilos, tanto elementos de composición formal como la pose y las prendas en cada imagen. Con base en el texto de Warburg, sobre la importancia del objeto en las imágenes para entender el contexto de lo que se observa:

La maravilla del ojo humano normal hacía posible que en Italia pervivieran durante siglos ante los descendientes, en rígidos trabajos de piedra de los tiempos antiguos, las mismas agitaciones anímicas.

El lenguaje simbólico de los gestos, frecuentemente subrayado por inscripciones en el lenguaje, dirigido al oído, de las palabras, obligaba con aquella función mnémica a las obras arquitectónicas (p.e: a los arcos del triunfo o a los teatros) y escultóricas (desde el sarcófago hasta la moneda), en razón de la solidez indeleble de su modalidad de expresión, a revivir emociones humanas en toda la amplitud de su polaridad trágica, desde la resignación pasiva hasta el triunfalismo activo (Warburg, 2010: 5).

Los puntos en común de las láminas que componen el *Atlas Mnemosyne* dejan ver las posibilidades en torno a la imagen, la capacidad de la misma para mantenerse vigente a lo largo del tiempo pero también para comprenderse a través de los elementos que la componen. En ese sentido y bajo el concepto de Warburg y las relaciones visuales, se comenzó a generar entrecruces propiciados por las prendas, las posturas y otras características en común entre ambos estilos, que a su vez fueron producto de la revisión del texto: “El dandismo y la moda”, realizado por Roland Barthes en 1962. Aunque la parte visual siempre se mantuvo como una prioridad, la búsqueda de teoría que ayudara a sustentar este discurso fue determinante. Así pues, los hilos conductores entre el dandismo y el *streetwear* fueron sostenidos a través del análisis de imágenes, para ello, el texto de Elsie Mc Phail ofreció bastante claridad al respecto. A pesar de contar con el antecedente sobre el *Atlas*, se consideró necesario sustentar el análisis de fotografías de moda como imágenes significativas. Fue así que el texto de Mc Phail proporcionó las bases para concretar la idea inicial sobre Warburg y el análisis de imágenes que no necesariamente pertenecieran al cánón de la estética: “Aunque no dejó una estricta metodología de la investigación sobre la imagen, descubrió su potencial epistemológico en el cual no importaba si era obra de arte o documento visual de amplia circulación. De ahí provienen sus lecturas horizontales sobre la imagen” (Mc Phail, 2012: 15). Para complementar esto último también volví a retomar el texto de Georges Didi-Huberman *Cuando las imágenes tocan lo real*, en el que el autor hace una reflexión sobre la impresión que causa la imagen contra la realidad por medio de la imaginación. Didi-Huberman menciona la fuerza de las imágenes en la memoria y nuestra concepción del mundo, sobre esto, hace alusión al *Atlas Mnemosyne* de Aby Warburg, las láminas que lo componen y estos contrastes entre las imágenes, la realidad y el momento en el que fueron extraídas y menciona:2

Porque la imagen es otra cosa que un simple corte practicado en el mundo de los aspectos visibles. Es una huella, un rastro, una traza visual del tiempo que quiso tocar, pero también de otros tiempos suplementarios –fatalmente

anacrónicos, heterogéneos entre ellos— que no puede, como arte de la memoria, no puede aglutinar (Didi-Huberman, 2012: 9).

Entender las imágenes como un elemento puramente visual que no es construido por palabras como lo son los textos y el lenguaje hablado, involucra prestar atención a la imagen que presenciamos. Aludir a los recuerdos, la experiencia propia y a las referencias que impulsen la comprensión de lo que se observa. Por lo cual, el texto de Gottfried Boehm ayudó a sustentar esta idea con fragmentos como este:

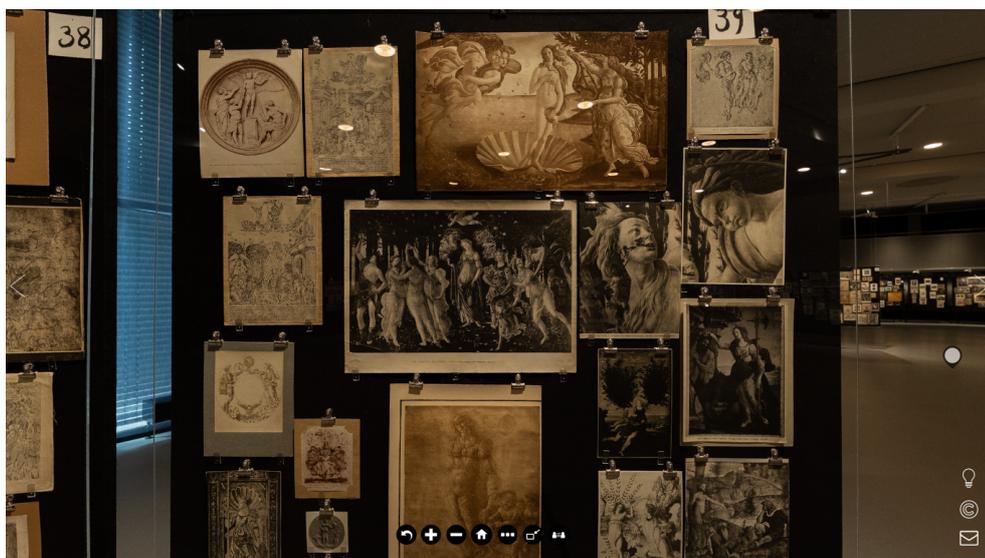
[...] la imagen nos ofrece contemplar todo en un momento, y en consecuencia nos invita a leer de manera libre aquello que nos muestra, vinculándolo de este u otro modo. Estas posibles relaciones fundamentan aquello que llamamos sentido, y éste no se guía por la linealidad del lenguaje y la lógica oracional: se actualiza de una forma completamente distinta (Boehm, 2017: 285).

Por lo tanto, comprender las imágenes sin intentar generar un análisis técnico o un juicio de valor desde el primer vistazo, requiere una completa atención a los elementos que la componen, de esa forma se pueden crear relaciones que ayuden a completar el panorama de lo que se observa, la intención es amplificar las posibilidades que proporciona una imagen en relación con otras similares y a partir de ello, interpretar lo que se observa, estas relaciones propician un mayor entendimiento de la imagen porque es posible provocar un proceso de identificación con quien observa, sobre esto Boehm menciona:

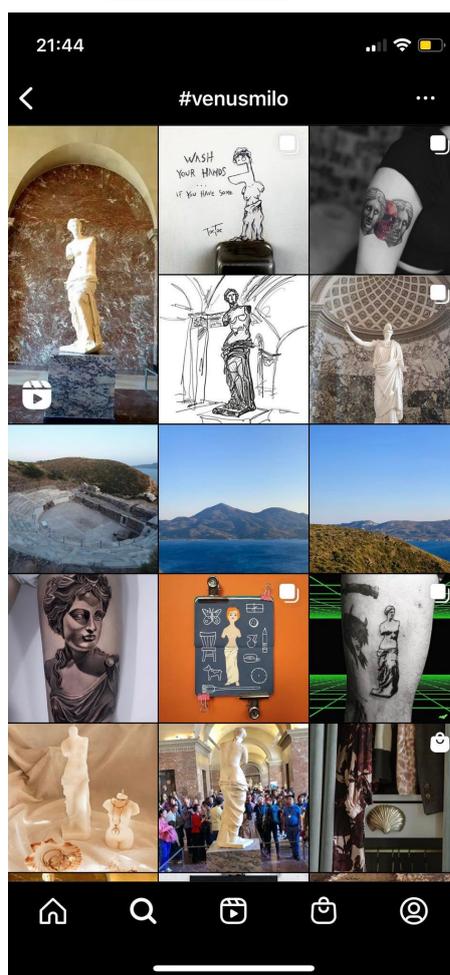
Resulta factible continuar de forma indeterminada esta interacción lúdica y rica en posibilidades porque cuenta en sí misma con suficientes motivos, así como también en lo referente al juego de la imaginación; esto quiere decir, evocar en nosotros mismos la fuerza icónica. En esto interviene lo que las imágenes son y lo que son capaces de generar. ellas conjuntan de modo evidente lo que de otra manera nos parecería irreconciliable: lo asible y lo inasible, lo cercano y lo lejano, lo interno y lo externo, lo fantástico y lo real, lo irrelacionable y lo vinculativo, “lo alto” y “lo bajo” (Boehm, 2017: 286).

Por ende y a partir de la idea central sobre el *Atlas Mnemosyne* y la configuración de imágenes dispuestas a partir de similitudes temáticas, de forma, color, personajes, etc. Las semejanzas entre la configuración del tablero realizado por Warburg y la manera en que funcionan las preferencias marcadas por el algoritmo de Instagram comenzaron a resultar más claras. Cabe recordar que con la suma de nuevas herramientas a la aplicación, la selección de preferencias realizada por el algoritmo con base en las búsquedas frecuentes hechas por el usuario da como resultado una serie de resultados compuestos por imágenes dispuestas de manera similar a la

propuesta realizada por Aby Warburg para el *Atlas Mnemosyne*. En las siguientes imágenes es posible comprender las similitudes:



Fuente: [Virtual Tour - Aby Warburg: Bilderatlas Mnemosyne exhibition at Haus der Kulturen der Welt | The Warburg Institute \(sas.ac.uk\)](#)



Fuente: [Hashtag #venusmilo en Instagram • Fotos y videos](#)

Bajo esta premisa fundamentada en los análisis realizados por Aby Warburg, la siguiente fase se caracteriza por la descripción de los elementos que componen las imágenes. De manera general, la comunicación de forma visual está compuesta por imágenes, formas y colores que a su vez transmiten signos o códigos que se convierten en mensajes al ser interpretados por el observador, de manera que, como menciona Boehm:

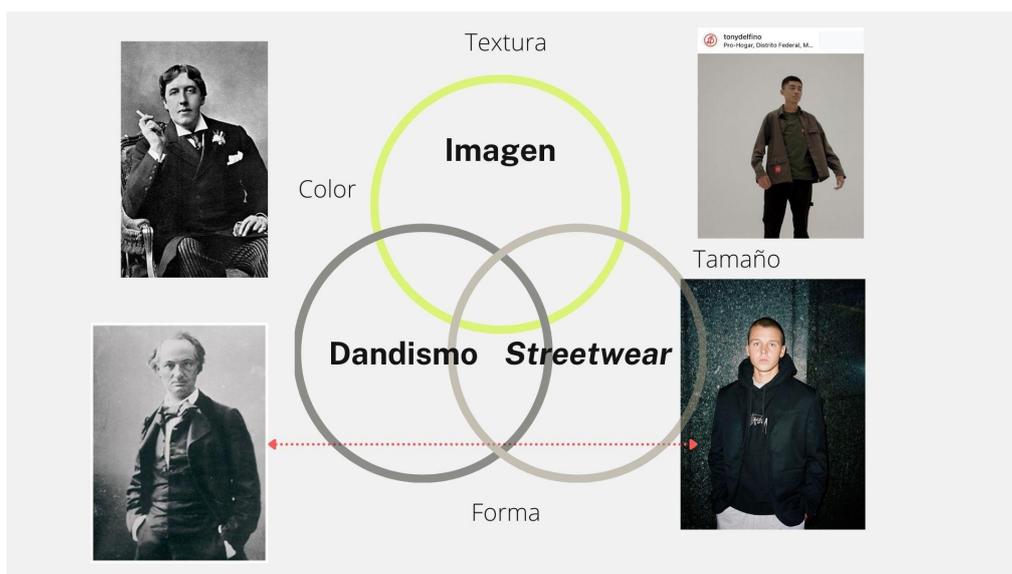
Como observadores ejecutamos entonces una *síntesis óptica* cuya habilidad consiste en ofrecerle al *ojo* lo que se le expone. Antes de que la imagen *diga* algo que pueda ser articulado mediante palabras, se trata del acto de mostrar, de un desenvolvimiento visual. En él se vinculan los elementos más heterogéneos provenientes del mundo exterior o interior, se generan interferencias, capas, colisiones. Lo que ahí acaece es el juego de una vinculación abierta en la que conceptos, palabras fragmentadas, signos, rostros, órganos, instrumentos, colores, gestos, etc., hacen referencia unos a otros (Boehm, 2017: 286).

Por consiguiente, a partir de esta parte, comenzó a utilizarse una técnica de análisis basada en el texto: *El lenguaje visual* de María Acaso, la elección de este trabajo y para el análisis de las imágenes seleccionadas, sucedió por la facilidad que plantea la propia autora para la comprensión de imágenes. Además al tratarse de fotografías de moda publicadas en una red social, la autora también proporcionó las herramientas y argumentos necesarios para acercarse a todo tipo de imágenes sin descartar las imágenes comerciales como las que serán utilizadas para este análisis. María Acaso es conocida por su trabajo como docente e investigadora de la educación por medio del arte, sus procesos de trabajo son conocidos por involucrar al espectador en el desarrollo de conocimiento o aprendizaje a partir de lo que observa. por una parte el texto: *El lenguaje visual*, fue la base para el entendimiento de los elementos formales que componen las imágenes seleccionadas para su análisis, de acuerdo con Acaso: “El lenguaje visual contribuye a que formemos nuestras ideas sobre cómo es el mundo, ya que a través de él absorbemos y creamos información, un tipo de información especial que captamos gracias al sentido de la vista” (Acaso, 2006: 22). Mientras que el texto: *Esto no son las Torres Gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*, contribuyó para sustentar mi percepción inicial sobre la imagen como un elemento del cual se desprenden múltiples argumentos.

Como lo mencioné antes, *El lenguaje visual* funcionó para entender la función de la descripción de imágenes y a partir de ahí, su comprensión para crear los puentes entre *streetwear* y dandismo. Por esa razón fue necesaria la incorporación de una técnica que permitiera la revisión de imágenes por medio de una interpretación general sobre los componentes de la misma. Entonces se recurrió al uso de elementos utilizados para la configuración de imágenes, aunque para hacerlo, lo primero fue identificar el tipo de imágenes a partir de su función. Desde un primer momento se tuvo claridad sobre el empleo de las imágenes en las que me enfocaría, aunque para determinar las diferencias fue importante entender que existen tres tipos de representaciones visuales: representaciones visuales informativas, comerciales y artísticas. Las fotografías seleccionadas para este trabajo pertenecen al grupo clasificado como imágenes comerciales porque cumplen, de manera general, con dos funciones: vender o entretener.

#### 4.4 Análisis de propuestas visuales: Stüssy y Tony Delfino

Para la siguiente fase, se utilizaron las herramientas de configuración de una imagen, aunque el texto de Maria Acaso menciona dos tipos de herramientas para el análisis del lenguaje visual, el análisis propuesto por este trabajo se centra únicamente en las herramientas de configuración. Estas herramientas están compuestas por elementos como: tamaño, forma, color y textura.



Fuente: elaboración propia

- El tamaño se revisa en relación al espectador, si la escala es más grande o más pequeña con respecto al tamaño de quien observa.
- La forma se divide de dos maneras: formas orgánicas y artificiales, también involucran el límite físico de la representación visual y el formato en el que están realizadas.
- El color puede ser analizado desde dos perspectivas: los colores tangibles como la gama CMYK o los colores intangibles como la gama: RGB
- La textura se revisa a partir de la textura del propio soporte o desde las texturas que se apliquen sobre el mismo.

Como resultado, las imágenes seleccionadas para su análisis a partir de estas herramientas son las siguientes y su elección se hizo a partir de los puntos de intersección entre ambas propuestas. Tanto Stüssy como Tony Delfino realizaron lanzamientos en la temporada primavera - verano 2021 y sus propuestas de lookbooks guardaban grandes similitudes que funcionaron de acuerdo a las intenciones de este proyecto. Aún cuando Tony Delfino no suele adecuarse a los calendarios por temporadas, en esta ocasión los lanzamientos de ambas marcas coincidieron y por ello se usaron las siguiente imágenes:



Fuente: capturas de pantalla extraídas de los sitios:

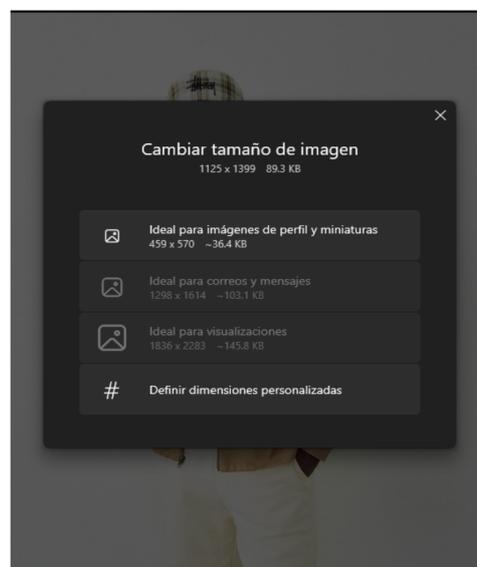
Izquierda: [https://www.instagram.com/p/COvgxLPL4XN/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/COvgxLPL4XN/?utm_source=ig_web_copy_link)

Derecha: [https://www.instagram.com/p/CPtBDb5Dpav/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CPtBDb5Dpav/?utm_source=ig_web_copy_link)

El tamaño se mide en relación a quien observa, ambas imágenes, como lo dice el pie, fueron extraídas de los perfiles de *Instagram* de cada una de las marcas seleccionadas para este trabajo, las fotografías forman parte de los lookbooks lanzados por ambas propuestas en la temporada primavera - verano 202, las medidas de las fotografías subidas a cada perfil de *Instagram*, suelen adaptarse a una medida estándar. Según la información que proporciona una guía realizada por el programa de diseño Adobe:

Las publicaciones de Instagram pueden ser cuadradas, horizontales o verticales. Todas las imágenes se recortarán en un cuadrado en el *feed*. El tamaño ideal para publicaciones cuadradas es de 1080 px por 1080 px en una relación de aspecto de 1:1. Para publicaciones horizontales, usa una imagen de 1200 px por 628 px, con una relación de aspecto de 1,91:1. Las imágenes verticales deben tener un tamaño de 1080 px por 1350 px con una relación de aspecto de 4:5<sup>22</sup>

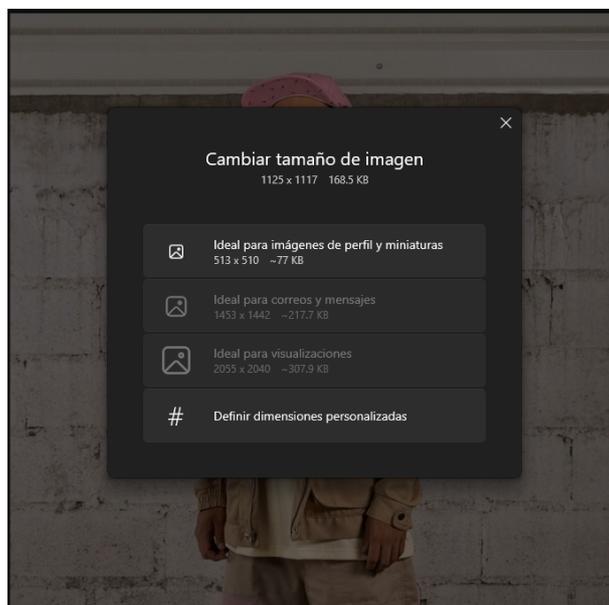
Si se toma en cuenta lo que menciona la guía, del lado izquierdo, se encuentra la imagen realizada por Stüssy, su posición es vertical y en consecuencia sus medidas serían: 1080 px por 1350 px, al revisar el archivo una vez que la descargué, la información sobre el mismo identifica las medidas 1125 x 1399:



Fuente: captura de pantalla de elaboración propia

<sup>22</sup> (S/f). Adobe.com. Recuperado el 9 de septiembre de 2022, de: <https://www.adobe.com/es/express/discover/sizes/instagram#:~:text=El%20tama%C3%B1o%20ideal%20para%20publicaciones.de%20aspecto%20de%204%3A5>

Por otro lado, la imagen realizada por Tony Delfino, colocada del lado derecho, fue subida a *Instagram* con forma cuadrada, entonces su medida según la guía realizada por Adobe es de 1080 px por 1080 px, como el archivo anterior, al revisar su información indica que su medida es de:1125 x 1117:



Fuente: captura de pantalla de elaboración propia

El tamaño de ambas imágenes no guarda grandes diferencias entre la información de cada archivo y la guía proporcionada por Adobe. Es muy probable que los cambios entre cada cifra estén determinados por la calidad de la imagen original, aunque estas medidas funcionan como base para comprender la forma en que deben medirse archivos digitales compartidos en redes sociales como *Instagram*.

Para continuar con las herramientas propuestas por María Acaso, la forma sería el próximo aspecto a tomar en cuenta. La forma de una imagen puede determinarse como orgánica - natural o artificial y para especificar su tipo es necesario tomar en cuenta los límites físicos de cada representación visual, además de su formato.



Fuente: elaboración propia

A partir de la imagen anterior es posible entender visualmente la forma que predomina en cada imagen, además, las figuras punteadas ayudan a marcar de cierta forma, los límites de ambas fotografías. Como lo mencioné antes, a partir del tamaño de cada imagen, también fue posible deducir que ambas imágenes están realizadas con una forma artificial. La fotografía de la izquierda (Stüssy) forma un rectángulo, mientras que la fotografía de la derecha (Tony Delfino) forma un cuadrado. Para continuar el análisis debe revisarse el color, esta herramienta está compuesta por dos posibilidades: colores tangibles y colores intangibles, en este caso y por tratarse de archivos electrónicos, los colores están compuestos por la gama: *Red*, *Green*, *Blue*, conocida habitualmente como RGB por las siglas de los colores, en inglés, que la componen.



Fuente: elaboración propia

Por último, la textura, ésta se determina con base en el soporte utilizado para la realización de las imágenes, en este caso, por tratarse de un archivo electrónico que es intangible, en consecuencia ninguna de las fotografías pueden tener alguna textura como tal.

Aunque a primera vista este análisis es bastante general, funciona como herramienta para complementar e ir más a fondo sobre los elementos que componen una fotografía, mismos que pueden evidenciar las similitudes y los componentes que las conforman, más allá de centrarse únicamente en un punto o en sí la imagen nos gusta o no. De ahí que, el segundo texto consultado: *Esto no son las Torres Gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*, de María Acaso funcionó para comprender el análisis de una imagen a partir de otros conceptos planteados por la autora. La importancia de comprender la imagen como un elemento del cual es posible extraer otra clase de mensajes y que no necesariamente se refiera a los aspectos técnicos de la misma, es un principio que aún no ha tenido la relevancia necesaria para definir los recursos visuales como parte esencial para la recepción e intercambio de información en la actualidad. Aún cuando la mayor parte del contenido que consumimos en el presente, está comprendido principalmente por imágenes de distintas clases (Acaso, 2016: 11). La clasificación de éstas se determina a través de su función, no necesariamente son un adorno o ilustración al pie de algún texto, la imagen siempre cumple con un objetivo que se clasifica de la siguiente manera: representaciones visuales

informativas, representaciones visuales comerciales de entretenimiento y representaciones visuales artísticas.<sup>23</sup> Esta clasificación posibilita la identificación de imágenes a la que se expone el observador y funciona para comprender la clase de información que puede derivarse de cada tipo, esto a causa de ser expuestos a este contenido desde el nacimiento. En este momento cualquier persona está expuesta a una gran cantidad de imágenes o representaciones visuales a cualquier hora y en todos lugares. La exposición prolongada ocasiona que el espectador genere escenarios alternos a su realidad, a partir de las imágenes que consume, aun de manera involuntaria, María Acaso refiere:

Las representaciones visuales informativas y de entretenimiento alimentan lo que Baudrillard definió como “hiperrealidad”, que se constituye como el conjunto de imágenes que forman una segunda realidad, muchas veces con más trascendencia en nuestras vidas que la realidad verdadera (Acaso, 2018: 11).

Bajo esta premisa, lo que era entendido como imaginación al comienzo de este análisis, en gran medida fomentada por la cultura visual del observador y de las relaciones entre imágenes a partir de su propio conocimiento. En el trabajo de Acaso, el consumo de imágenes se convierte en “hiperrealidad”, que sin duda es posible en la actualidad debido a la interacción, desde muy temprana edad con medios audiovisuales. En la actualidad específicamente con los medios digitales, el tiempo y atención que se le dedica, en específico a las redes sociales ha ido en aumento, cada vez es más frecuente el uso de medios electrónicos a edades, más tempranas. Aunado a la exposición prolongada y de manera involuntaria al contenido visual, también se encuentran los mensajes implícitos en cada representación, situados en cada clase para cumplir una función específica en el observador. Sobre estos mensajes y de manera breve, María Acaso propone dos tipos de discurso: metanarrativo y micronarrativo, aunque para los fines de este análisis sólo se hará énfasis en las características micronarrativas porque son los aspectos que resaltan en el análisis de imágenes para la difusión de *streetwear* realizadas por Stüssy y Tony Delfino.

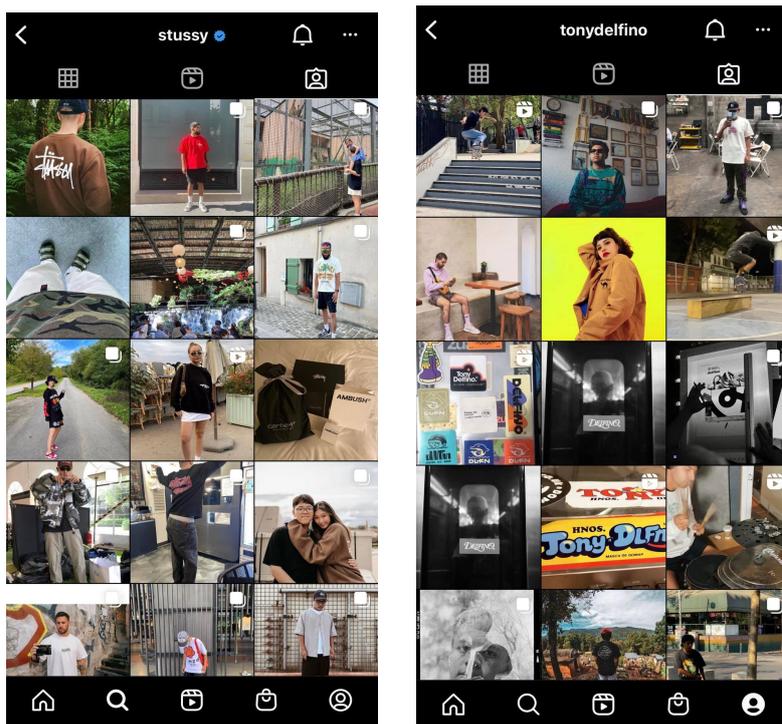
---

<sup>23</sup> Es importante aclarar que las imágenes son una representación de la realidad, esto no significa que sean una realidad, sino sólo la representan a partir de la perspectiva de quien las realiza. Para ahondar más sobre esto, se sugiere la lectura del capítulo “Mundos visuales, hiperrealidad y cultura visual” del texto: *Esto no son las Torres Gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*.

### Características Micronarrativas del discurso:

- Se construyen a través de un mensaje manifiesto o de forma explícita
- Su intención es producir una ruptura de los estereotipos por medio del fomento de la diversidad visual
- Se conoce al autor
- Son de difícil acceso

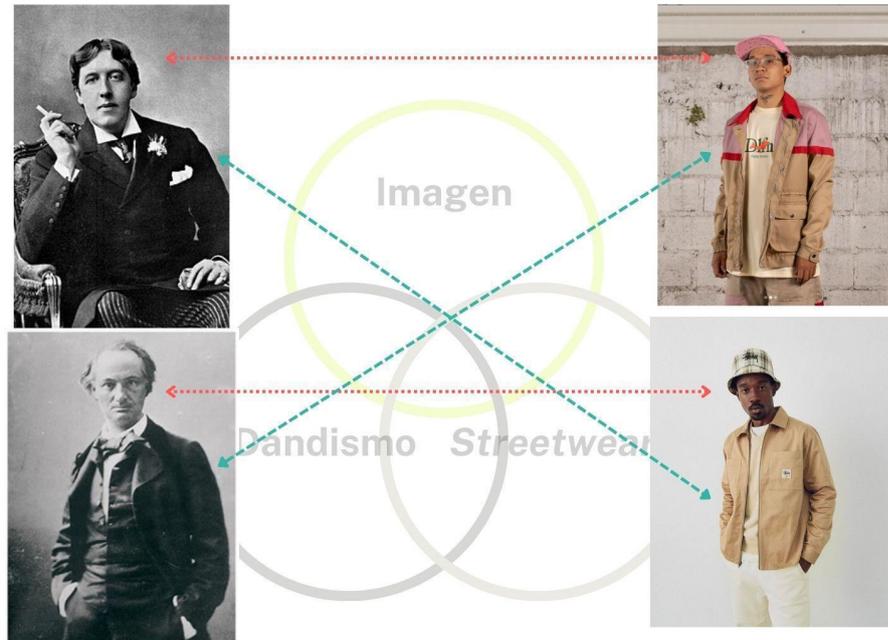
En efecto, al revisar estas características se confirmó una de las razones por las que se eligió estudiar el estilo o propuestas de diseño enfocadas en el *streetwear* y luego relacionarlo con el dandismo. La manera en que cada estilo lograba transmitir un mensaje que mantenía claro su discurso a través de las imágenes. A primera vista, es posible notar que las fotografías que realizan para difundir las prendas para cada temporada, no siguen los estereotipos establecidos por la industria. Los personajes que aparecen en cada imagen, pueden parecer una persona promedio. No parece que estén posando para conseguir una fotografía perfecta aunque sí observan a la cámara de manera desafiante, justo como los dandys en el siglo XIX cuando pudieron ser retratados por una cámara fotográfica. Por otro lado, puede notarse que tanto Tony Delfino como Stüssy utilizan sus perfiles de *Instagram* como un medio de comunicación con el usuario, más que como un medio de venta, cada cuenta goza de un gran número de seguidores, en la última revisión a su perfil de *Instagram*, Stüssy cuenta con 4.5 millones de seguidores, mientras que Tony Delfino cuenta con 95.9 mil seguidores. En los comentarios a las publicaciones, hechos por los seguidores de cada cuenta, es posible leer la aprobación de sus usuarios, se leen comentarios donde aprecian el carácter de las fotografías, la manera en cómo llevan las prendas y sobre todo la intención por adquirirlas. Además, una de las herramientas que provee *Instagram*, permite visualizar las fotos de los usuarios que etiquetan otro perfil en sus propias fotografías, en este caso etiquetan a las marcas para aparecer en este apartado dentro de los perfiles de Stüssy y Tony Delfino. Así es posible visualizar la forma en que los usuarios se apropian de los productos que adquieren y además confirmar el proceso de identificación con el *streetwear*, las marcas y con la manera en que construyen los *lookbooks* para cada temporada o lanzamiento:



Fuente: captura de pantalla de elaboración propia

## Conclusiones

En suma, retomaría las características micronarrativas del discurso en la imagen propuestas por María Acaso para remarcar los aspectos por los que es posible crear puentes entre el *streetwear* y el dandismo a través de las imágenes. En su momento, la realización de retratos hechos a personajes que se reconocieron o se identificaron con el dandismo, mantuvieron un mensaje específico: hacer perdurar la imagen del protagonista a lo largo del tiempo, también rompieron los estereotipos sobre la postura y la vestimenta que llevaban los personajes de los mismos, además fueron testimonio de una diversidad visual para el siglo XIX. El autor de cada pieza o retrato fue conocido aunque por un tiempo fueron de difícil acceso por pertenecer a colecciones privadas o simplemente por el desconocimiento de las mismas. Con respecto a las poses y las prendas, ambas son un punto esencial de identificación entre el dandismo y el *streetwear*.



Fuente: elaboración propia

Su intención es producir una ruptura de los estereotipos de la época por medio de la diversidad visual. En ambos estilos, dandismo y *streetwear*, resalta la manera en que los protagonistas de cada fotografía observan a la cámara. Como observador, da la impresión de que los personajes entienden que son y serán observados, sostienen la mirada a la cámara y parece que la desafían. La vestimenta es otro punto a resaltar, las prendas identificables a primera vista por el ángulo de cada foto, son las chaquetas. Este artículo ha tenido vital importancia para la moda masculina, su versatilidad a lo largo del tiempo ha permitido que sea usada en distintas ocasiones y diferentes contextos. Ha sido adaptado en medida de las necesidades de su usuario pero de manera general ha mantenido su esencia y es un artículo que caracterizó en su momento el atuendo de George Brummell y en la actualidad es una prenda que en cada lanzamiento, tanto Stüssy como Tony Delfino replantean o modifican por tratarse de un básico en los guardarropas de sus usuarios. Asimismo, las representaciones visuales realizadas por Stüssy y Tony Delfino, mantienen características micronarrativas del discurso en la imagen mencionada por Acaso. Cada una de las imágenes seleccionadas define claramente su discurso: hacer difusión al lanzamiento de una marca de ropa. Por otra parte, rompen el estereotipo de imágenes usadas regularmente en la industria de la moda, al mostrar personas comunes en sus fotografías, además de no sentar distinciones entre los tonos de piel o etnia. De igual forma, el autor de cada fotografía es conocido y publicado por

las mismas marcas, en este caso la fotografía de Stüssy fue realizada por Liam MacRae, mientras que la fotografía de Tony Delfino fue hecha por Amaury Rivera:



Fuente: capturas de pantalla extraídas de los sitios:

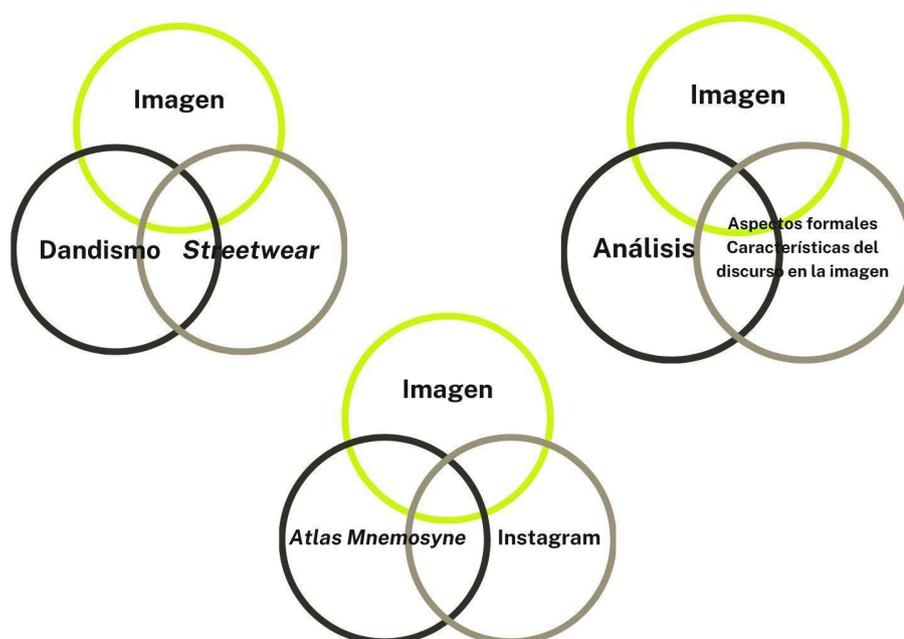
Izquierda: [https://www.instagram.com/p/COvgxLPL4XN/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/COvgxLPL4XN/?utm_source=ig_web_copy_link)

Derecha: [https://www.instagram.com/p/CPtBDb5Dpav/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CPtBDb5Dpav/?utm_source=ig_web_copy_link)

El acceso a estas imágenes puede considerarse difícil debido al público al que se dirigen, aún en la actualidad muchas personas desconocen la existencia del *streetwear* y específicamente de estas marcas, muy probablemente debido al poco interés por el diseño de indumentaria y su categorización por estilos. Como lo mencioné previamente en el trabajo, aún es frecuente entre la mayor parte de las personas, la relación entre moda y alta costura o moda rápida pero bajo esta distinción, quedan fuera muchos otros estilos que también forman parte de la moda, del diseño de indumentaria y son un reflejo de los cambios sociales. Por tanto, el dandismo y el *streetwear* guardan otro punto en común, mientras que el dandismo se manifestó en contra de lo establecido por antiguas costumbres a través del comportamiento y sobre todo la vestimenta. El *streetwear* refleja estos cambios sociales también a través de la vestimenta y del comportamiento de quienes la usan y de quienes la diseñan y cada estilo logra manifestarse a través de la imagen. Por ello el interés de su revisión y aunque por separado las imágenes logran su propia narrativa, en conjunto es posible evidenciar los puntos en común sobre el momento en que fueron hechas, la temática o los intereses de determinado periodo.

De ahí la inclinación por generar relaciones entre imágenes y entre estilos, justo como en el *Atlas Mnemosyne*, donde se crean relaciones a través del color, las formas, los personajes y la temática, a su vez el tema o las palabras clave son determinantes

para realizar búsquedas en *Instagram*. De alguna manera, las correspondencias entre cada aspecto revisado en este trabajo fueron sucediendo a través de la comparación de conceptos y textos que funcionaron como sustento para la construcción de cada fragmento.



Fuente: elaboración propia

Finalmente, la observación y con ello la descripción de una imagen, permite la comprensión de distintas posibilidades a partir de la misma. En este caso, la comparación de dos estilos que marcan o definen una época, en cuestión de estilo; aunque también marca pauta de ese momento transitorio entre costumbres y hábitos. La imagen funciona como testigo que preserva un periodo, gracias a los elementos que la componen, cada uno cumple una finalidad tanto en la realidad como en la imagen. La vestimenta en las siguientes fotografías, deja ver la síntesis del proceso evolutivo de una prenda que ha sufrido distintos cambios y adaptaciones, según las necesidades de quien la usa:



Fuente: capturas de pantalla extraídas de los sitios:

Izquierda: <https://www.stussy.com/blogs/features/stussy-35th-ist-varsity-jacket>

Derecha: <https://www.instagram.com/p/Cc6hoG0tAEj/>

Mientras que algunos prefieren el *trench coat* para las inclemencias del clima, otros tantos el *blazer* para un atuendo más arreglado sin parecerlo demasiado y para algunos más, funciona de mejor manera una chaqueta que consiga elevar el resto del atuendo pero se adapte a necesidades como el clima y el arreglo que proporciona parecer desenfadado. Todo esto se consigue a partir de una prenda que ha logrado evolucionar con el paso del tiempo pero además representa dos estilos pertenecientes a dos periodos distintos pero caracterizados por no seguir las reglas, por cuestionar lo establecido y por sentar sus propias bases. A la distancia, no quedaría rastro de este proceso, de no ser por las imágenes que a su vez documentan y permiten revisar las similitudes entre un momento, un estilo y una prenda que ha conseguido adecuarse a partir de las exigencias del usuario.

## Bibliografía

ACASO, María, 2006, *El lenguaje visual*, Paidós, Barcelona.

ACASO, María, 2016, *Esto no son las Torres Gemelas. Cómo aprender a leer la televisión y otras imágenes*, Catarata, Madrid.

BALZAC, Honoré, Charles Baudelaire, Jules Barbey Daureville, 2014, *El gran libro del dandismo*, Mardulce, Buenos Aires.

BARTHES, Roland, 1962, "El dandismo y la moda". En United States Lines Paris Review (403-408).

BENJAMIN, Walter, 2021, (s/n). "Atlas". 9 octubre 2021, de Círculo de Bellas Artes Madrid Sitio web: [https://cbamadrid.es/benjamin/index\\_terminos.php](https://cbamadrid.es/benjamin/index_terminos.php)

BENJAMIN, Walter, 2016, *Libro de los pasajes*, Akal, Madrid.

BOEHM, Gottfried, 2017, *Cómo generan sentido las imágenes. El poder del mostrar*, Instituto de Investigaciones Estéticas, Ciudad de México.

BUCK-MORSS, Susan, 2001, *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los pasajes*, La balsa de la medusa, Madrid.

DIDI-HUBERMAN, Georges, 2012, "Cuando las imágenes tocan lo real", Reflexiones Marginales, No. 15, 1-10, *Georges Didi-Huberman. Cuando las imágenes tocan lo real*.

ERNER, Guillaume, 2010, *Sociología de las tendencias*, Gustavo Gili, Barcelona.

ENTWISTLE, Joanne, 2002, *El cuerpo y la moda. Una visión sociológica*, Paidós, Barcelona.

FLÜGEL, Jhon, 2015, *Psicología del vestido*, Melusina, Madrid.

GLOVER, Helen, 2017, *De la hoja de parra al bikini: la moda como soporte de comunicación social*. (Doctorado). Universidad Complutense de Madrid.

HUNDREDS, Bobby, 2019, *This Is Not a T-Shirt: a brand, a culture, a community. A Life in Streetwear*, MCD, Nueva York.

LAVIER, James, 2006, *Breve Historia del traje y la Moda*, Cátedra, Madrid.

LOITE, Tiina Martha (Ed.), 2019. *Bill Cunningham: on the street. Five decades of iconic photography*, Clarkson Potter, Nueva York.

LIPOVETSKY, Gilles, 1996, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Anagrama, Barcelona.

MC PHAIL, Elsie, 2013, *Desplazamientos de la imagen*, Siglo XXI, Ciudad de México

MELÉNDEZ, Tanya, 2020. "Julia y Renata en la década de 1990: moda desde los márgenes", para el Seminario Caleidoscopio. Moda, creación e identidad 1970-1999., Ciudad de México.

MIZRAHI, Alejandra, 2008, "La indumentaria como confección de identidad en el arte contemporáneo". *Disturbis*, n. 4.

MOLITERNO, Agustina, 2007, "Ismos del streetwear". Proyecto de graduación. Universidad de Palermo.

PÁRAMO, Dagoberto, 2021, *La teoría fundamentada (Grounded Theory), metodología cualitativa de investigación científica*. *Pensamiento & Gestión*, (39) (2015), 1-7. Recuperado en Junio 04, en: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-6276201500200001&lng=en&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-6276201500200001&lng=en&tlng=es)

RIELLO, Giorgio, 2016, *Breve historia de la moda*, Gustavo Gili, Barcelona.

RODRÍGUEZ MALDONADO, Tatiana. "Imagen y discurso: construcción de sentido en las portadas de las revistas *Semana* y *Cambio*, 1998-2004".

11-05-2021, de Pontificia Universidad Javeriana. 2006. Sitio web:  
<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/download/4643/3603>

SENNETT, Richard, 1978, *El declive del hombre público*, Ediciones península, Barcelona.

STAKE, Robert, 1999, *Investigación con estudio de casos*, Morata, Madrid.

STEELE, Valerie, 2019, *Fashion Theory. Hacia una teoría cultural de la moda*, Ampersand, Buenos Aires.

STRAUSS, Anselm, Juliet Corbin, 2002, *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*, Universidad de Antioquia, Medellín.

VASILACHIS, Irene (Coord.), 2019, *Estrategias de Investigación Cualitativa. Volumen II*, Gedisa, Barcelona.

WARBURG, Aby, 2010, *Atlas Mnemosyne*, Akal, Madrid.

WILSON, Elizabeth, 2003, *Adorned in dreams. Fashion and modernity*, Tauris & Co., Londres.

ZAVALA, Lauro, 1994, "Apuntes para una etnografía de lo efímero. El vestido en la vida cotidiana urbana", *Diseño en Síntesis*, No. 18, Año 4, Primera Época.