

Culture and Politics in Latin America, editado por The Seminar on Feminism and Culture in Latin America. Berkeley: University of California Press.

SÁNCHEZ, M. (1953) *Recuerdos del Buenos Ayres virreynal*. Buenos Aires: Ene Editorial.

The British Packet (1826-1858). Buenos Aires.

WOOLF, V. (1981) *A Room of One's Own*. Nueva York: Harcourt Brace Jovanovich.

AGRADECIMIENTOS

Quisiera agradecerles a las siguientes personas por sus lecturas, sus sugerencias y su apoyo a este trabajo, que comenzó como una pequeña parte de mi tesis de doctorado: Francine Masiello, Gwen Kirkpatrick, Tulio Halperín Donghi, Antonio Cornejo Polar, Fabricio Forastelli, Ksenija Bilbija, Lta Munilla Lacasa, Seth Meisel, Agustina Gangloff y David Root. La Comisión Fulbright en la Argentina y la Biblioteca Nacional en Buenos Aires también apoyaron este proyecto desde su comienzo en 1995.

ABSTRACT

During and following the wars for independence, many Latin American women used fashion writing and accessories to assert their presences in what seemed an expanding public sphere. Focusing on contemporary feminist analysis and archival documents from the River Plate region of the early part of the nineteenth century, Regina Root uncovers the audacious role played by many women who were "dressed to kill." Her use of the term allows for a reading of the woman warrior tradition and of the contradictory role of political vanity and domestic heroism assigned to most women of the period. In her analysis, she reveals the postures assumed by many fashionable women who questioned the discriminatory designation of beautiful roles during the dismantling of the colonial power structure. Assuming war-like gestures in their writing and in their choice of fashion accessories, many struggled against the marginalization of women from political life in the newly independent societies of the Southern Cone.

Regina Root es doctora y profesora de Literatura Hispanoamericana en la Old Dominion University en Estados Unidos. Sus últimos artículos, publicados en *Folios* de Venezuela y *Fashion Theory* de Inglaterra, tratan el tema de la moda y el nacionalismo en el Cono Sur. Actualmente está editando un volumen crítico sobre la moda en América latina, *The Latin American Fashion Reader*. E-mail: rroot@odu.edu

DECONSTRUIR LA MODA. EL UNIVERSO SIGNIFICATIVO DE VIVIENNE WESTWOOD

CHARO LACALLE

El intento de definir la *belleza* como una cualidad intrínseca de las cosas representa una constante en el estudio de los objetos *estéticos*. Sin embargo, una mirada retrospectiva a la historia de la moda (desde que se configura como tal en el siglo XIII hasta la actualidad) pone de manifiesto la contingencia del concepto de *belleza*, ligado al igual que cualquier otra construcción social a la historia del hombre. Como señala el pensador francés Gilles Lipovetsky, las variaciones del vestir a lo largo de la historia "no proceden de una lógica estética autónoma, sino que se deben a influencias ocasionales o relaciones de dominación" (Lipovetsky 1987: 31), pero aunque se acepta de modo generalizado la influencia de las diferentes esferas del sistema social (política, económica, cultural, etc.) en la evolución de la moda, muchos sostienen que la intervención individual representa el motor de cambio más importante en la sucesión de tendencias y estilos. La propuesta barthesiana (1967) de estudiar los signos de la moda a partir del modelo lingüístico resultó inviable porque, a diferencia del patrimonio social que constituye la *langue*, la lengua del vestido depende del arbitrio humano tanto como la *parole*.

El semiólogo francés A. J. Greimas considera que los numerosos obstáculos a los que se ha enfrentado históricamente la definición de la *belleza* se deben a la ausencia de polarización del eje *estético* de la gran axiología huma-

na que, a diferencia de los ejes *epistémico* y *ético*, no se funda en la oposición de contrarios. Frente al carácter disyuntivo de los juicios *epistémicos* (“verdad” o “mentira”) y *éticos* (“bueno” o “malo”), el concepto de *belleza* “reina en solitario desde hace más de cien años” y su contrario no es la *fealdad*, sino la “*belleza* de la fealdad” (Greimas 1987 [1988: 63]). La imposibilidad “embarrasosa” de reconocer un estatuto formal idéntico a los tres ámbitos que rigen nuestro sistema de valores, pone de manifiesto la contingencia del juicio *estético*, que al carecer de contrario tampoco posee definición propia. El *sentido común* siempre ha sido consciente de esta limitación del juicio *estético* y, al igual que la propia reflexión sobre la *belleza*, suele adoptar valores *epistémicos* y *éticos* para poder evaluar o definir los objetos *estéticos*. Por ejemplo, al color blanco no sólo se le atribuyen cualidades como “claridad” o “ligereza”, sino también “pureza”; un vestido puede ser tachado de “escandaloso” u “ofensivo”, mientras que una prenda se considera “falsa” si imita un prototipo reconocido (una marca, un estilo, etc.). En ausencia de un parámetro teórico de *belleza* de los paradigmas del gusto, los valores *estéticos* se ven obligados a estabilizarse en el sistema social a costa de los valores *epistémicos* y *éticos*, constituyendo una especie de *plusvalía* de sentido de estos últimos.

Con la agudeza que suele caracterizar sus observaciones, Vivienne Westwood expresa en los siguientes términos los fundamentos de su propia axiología: “La ropa puede enfatizar cualidades de la personalidad y los sentimientos. Intento dar a la gente alguna posibilidad de elección, elevar su espíritu buscando la unidad y la armonía del atuendo” (*El País Semanal*, 6/10/1996). Partiendo de la hipótesis de que el *estilo* de los *grandes* diseñadores podría definirse a través de la de producción de *plusvalía* de sentido que atribuyen a sus creaciones, en las páginas siguientes se intentará determinar las características más sobresalientes del universo *estético* de Vivienne Westwood, en razón del sistema (o sistemas) de significación que construye a través de sus propuestas.

1. EL SISTEMA DE SIGNIFICACIÓN DE VIVIENNE WESTWOOD

A diferencia de muchos otros estilistas, cuya trayectoria aparece jalona da por la configuración de algunos ítems que han ido forjando su *estilo* (el *vestido bar* que Christian Dior lanzó en 1947, el traje de *tweed* que propuso Chanel en 1956, la chaqueta americana para mujer que Armani perfiló en 1982, etc.),¹ la *coherencia* de Vivienne Westwood no se funda en un *estilo definido*, que la diseñadora británica no posee en absoluto, sino en una técnica personal de *deconstrucción* que le permite reinterpretar en sus propuestas determinados signos socialmente significativos. La peculiar *deconstrucción* que

lleva a cabo Westwood está sólidamente anclada en la historia del *punk*, una *tribu urbana* cuya iconografía contribuyó a perfilar junto con Malcom McLaren a finales de los años setenta y que sigue influyendo notablemente en las pasarelas. La riqueza del imaginario *punk* procede de la caricaturización de la *plusvalía* de sentido del juicio *estético*, magnificado a expensas de los juicios *epistémicos* y *éticos* sobre los que se funda la destructiva crítica del sistema sociopolítico que lleva a cabo esta subcultura. El doble sentido que el icono del *punk* Sid Vicious le da a su canción *Belsen is a gas*,² convierte los fundamentos *éticos* de la oposición verdad/mentira en una *pose*: en un eslogan con el que adornar las chaquetas de cuero de los jóvenes *punk* que corean las consignas de sus ídolos. Las palabras que Sid esculpió en su pecho con una hoja de afeitar (“I need a fix” (Necesito una dosis)), en el concierto de los *Sex Pistols* en Dallas (1978) o la sangre que manaba de su nariz (rota por el cabezazo de una fanática admiradora) expresan el dolor en un cuerpo-escaparate martirizado y recargado, donde lo *bello* se enraíza en el abigarramiento de la ornamentación y se convierte en concepto mediante la abstracción de esa *plusvalía* de sentido que genera el juicio *estético*. Las caricaturas que hace Gaultier, un diseñador muy influido por el *punk*, del personaje interpretado por la actriz Victoria Abril en *Kika* (el filme de Pedro Almodóvar) o de la reina Isabel II (uno de los blancos favoritos de los *punks*), también son *ejercicios de estilo* del mismo tipo.

La *plusvalía de sentido estético* que adquieren las creaciones de Westwood, su *negativa a identificarse con un estilo único*, su *eclecticismo* y su personal interpretación de la *britanidad* constituyen las características distintivas de un universo significativo polisémico, provocativo y extraordinariamente sugerente, que ha convertido a esta estilista en una verdadera creadora de tendencias de moda.

1.1 PLUSVALÍA DE SENTIDO ESTÉTICO

Al comunicar mediante signos, el *destinador* instaura un “diálogo” con el *destinatario* que determina la atribución de sentido al texto. Se trata de dos procesos complementarios, convergentes y dinámicos, susceptibles de reproducirse ilimitadamente en los infinitos actos de descodificación que puede experimentar cada texto (Eco 1979 y 1990). El proceso de *escritura*, que aquí entendemos como las propuestas del diseñador,³ atraviesa tres fases en su configuración, que le permiten estructurarse en relación con los diferentes ámbitos del juicio *axiológico* mencionados más arriba:

1. A nivel *epistémico* se considera la funcionalidad del vestido (confortable, adecuado...).⁴

2. En el plano *ético*, el vestido se define en relación con las convenciones sociales (conveniente, decente...) imperantes en un momento dado.

3. La dimensión *estética* del vestido se configura en virtud de esa *plus-valía* que instituye el *estilo* (figurativo o abstracto) de cada diseñador (por ejemplo el "aire" *new-mod* de Armani, Prada, Gucci y Versace) y determina el *look* de la mujer "profesional" de Armani, "sexy" de Versace, "chic" de Chanel, "provocativa" de Gaultier, "vamp" de Mugler, "monumental de Montaña", etcétera.

La *primera* característica de Westwood que la diferencia del resto de los diseñadores es su sentido de lo *estético*, que más bien podríamos definir con Greimas como *estésico*,⁶ porque lo que la diseñadora inglesa intenta construir mediante sus ropas no es un *look* sino más bien una *actitud*: "la gente nunca parece estúpida con mi ropa, sino moderna" (citado en McDermott 1987: 34).

1.2 PLURALIDAD DE ESTILOS

La ausencia de un modelo específico de mujer en la *escritura* (la ropa) de Vivienne Westwood corresponde, al otro lado de la cadena de la producción signica, con un modelo abstracto de *destinatario*, cuyo resultado es una gran *pluralidad de estilos* que, sin embargo, nunca contravienen la coherencia de su proceso creativo. La admiración de la estilista por el *chiton* griego se debe a la versatilidad que le confiere la ausencia de forma de esta indumentaria clásica, que se modela solamente en el cuerpo de su portador (admiración que Westwood extiende a algunos de los mejores intérpretes del clasicismo vestimentario, como Madame Grès, Madeleine Vionnet o su discípulo, Azzedine Alaïa).

Como ocurre en el proceso de *escritura*, la atribución de un juicio *estético* mediante la *lectura* de la moda, también atraviesa de modo progresivo los tres niveles de la gran axiología:

1. A nivel *epistémico*, el proceso de descodificación se centra en el reconocimiento de los rasgos figurativos del vestido: líneas, colores, etcétera.

2. A nivel *ético*, los datos figurativos son dotados de un orden conceptual: simplicidad, ostentación, etcétera.

3. Finalmente, al igual que en el arte, el juicio *estético* de la moda completa el proceso de reconocimiento y sanción social mediante la atribución de

un juicio *estético*: Armani, Valentino o Saint Laurent constituyen los grandes paladines del estilo *clásico*, mientras que Moschino, Sibylla o Dolce & Gabbana se identifican con el *barroco* (Calabrese 1992: 199).

La dificultad de atribuir rótulos a Vivienne Westwood (que constituye su *segunda* característica) repercute indudablemente en la legibilidad de sus propuestas y podría explicar la relativamente poca comercialidad de muchas de sus creaciones frente a los estilos "cóctel" de un Versace⁷ o de un Jasper Conran⁸ (por poner tan sólo dos ejemplos), que construyen su significado y fundan su atractivo a partir de elementos fácilmente reconocibles.

1.3 ECLECTICISMO

La audacia de la *hibridación* que realiza Westwood no se limita a las peculiares y heterodoxas mezclas de fibras que realiza (cuadros escoceses, piel, raya diplomática, lana, tejidos sintéticos o plásticos de todo tipo), sino que también inventa insólitos complementos (coloca dos enormes plumas colgando de una gargantilla), modifica los usos institucionalizados de determinados tejidos (utiliza la tela de Jouy en ropa, zapatos y bolsos) y manifiesta una reiterada preferencia por un traje "total", cuyos componentes, hechos con la misma tela, se diferencian sólo en el corte (camisa, corbata, americana, etc.). El *eclecticismo* de los diseños de Westwood constituye el *tercer* elemento que distingue sus creaciones, resultado inequívoco de la red de relaciones intertextuales que teje esta estilista.

En el sistema de la moda, las relaciones *intertextuales* no sólo se manifiestan en los constantes *revivals* que proponen los estilistas o en la recíproca influencia entre diseñadores y estilos, sino que se establecen principalmente en el continuo y fructífero "diálogo" que el diseñador instaaura con las obras de arte del presente y del pasado. Las numerosas creaciones que han tomado como referencia obras o corrientes artísticas han incidido profundamente en la trayectoria de las tendencias de moda y en la configuración de estilos, pero en el caso de Westwood, cuya relación con la historia del arte, es constante y explícita, la citación o interpretación del pasado también presenta características particulares,⁹ debido fundamentalmente a su extremada *sensibilidad posmoderna* y a su *eclecticismo*.¹⁰ Con el fin de comprender el fructífero diálogo que las creaciones de Westwood han mantenido con la historia del arte, vamos a intentar clasificar las referencias más representativas que han realizado algunos de los grandes diseñadores:

1. El primer nivel de relación entre moda y arte se podría denominar colaboración, pues el artista diseña el tejido o el modelo que el estilista ejecuta sucesivamente. El traje con bolsillos/cajones de Dalí/Schiapparelli constituye un ejemplo paradigmático.¹¹

2. La admiración de Kawakubo por Le Corbusier la lleva a reflejar la arquitectura de hierro y cemento armado en su admiración fetichista por las características táctiles de sus ropas (hechas como para ser llevadas fuera del cuerpo) y determina una relación de *reminiscencia*.

3. El estilo "Directorio" de Poiret, el plisado estatuario de Fortuny, el corte al bies de Vionnet, la suave caída de los vestidos de punto y seda de Grès y Alaïa y la suavidad de la silueta fortuniana de Gigli, manifiestan su *inspiración* en la Antigüedad clásica.

4. John Galiano construye el *look* temático de muchas de sus propuestas mediante un acto específico de citación (pictórica o cinematográfica), una operación parecida a la que Chanel realiza en sus vestidos "Imperio", que remiten inequívocamente a los cuadros de Ingres (*Retrato de Mademoiselle Rivière*).

5. El famoso vestido "Mondrian" de Saint Laurent, las lecturas que Casteljac hace de Wharol, la traducción de Pollock que realiza Popy Moreni o los camiseros y pareos constructivistas de Jean Paul Gaultier constituyen otras tantas *interpretaciones* de obras y estilos artísticos.

6. La lectura del pasado de Westwood es siempre más compleja que la realizada por los otros creadores, pues se asienta sobre verdaderos actos de "perversión" de la *deconstrucción intertextual* que realiza, abocada sistemáticamente a generar lecturas de tipo irónico del texto de referencia. La crinolina, emblema de los convencionalismos de la Inglaterra victoriana y símbolo de la *ociosidad ostentativa* de la riqueza del bienestar (Veblen 1899 [1970: 26 ss.]), se convierte en una "mini-crini" en su colección de 1986. El polisón que Westwood había incorporado a muchos de sus modelos en la colección de otoño de 1995 transforma la relación *intertextual* en un *emboîtement* (una especie de autointerpretación de su interpretación del pasado), en la singular bandolera de nalgas que ideó para el centenario de Vuitton en 1998. La hoja de parra del Apolo Belvedere o la silueta de las braguetas prominentes del Renacimiento dibujadas en las bragas de la modelo Sarah Stockbridge (1990) parodiaban una cultura del vestir producto de las tensiones binarias sobre las que se asienta explícitamente el universo *axiológico* de Vivienne Westwood: masculino/femenino, juventud/vejez, trabajo/juego, etc. (Davis 1992: 18), en este caso caricaturizando la diferenciación entre ambos sexos.

Independientemente del estupor que siempre suscitan sus propuestas, el éxito de Westwood entre los críticos y los especialistas de moda se debe a la inteligencia del juego entre disimulo y revelación que lleva a cabo, así como a su

relación con el pasado y con su propia obra. Al no tener que permanecer encorsetada entre los estrechos márgenes de un único *estilo* (o de un único perfil de mujer), su combinatoria le permite traspasar los estándares consolidados y lo convencional, hasta desembocar en insólitas y atrevidas creaciones que constituyen una fuente continua de inspiración para muchos otros diseñadores (véanse la hoja de parra de Apolo en los calzoncillos de Moschino, la influencia de la crinolina y el polisón en la colección de Galiano de 1994, las diferentes versiones de la crinolina de otros diseñadores en las colecciones primavera-verano 96 o el *revival* del *punk* en las propuestas de verano de 2001).

1.4 BRITANICIDAD

Finalmente, la *cuarta* característica que diferencia a Westwood de los otros famosos diseñadores se manifiesta en la interpretación de la *britanidad* que lleva a cabo. Su sensibilidad hacia el entorno en el que vive y trabaja se muestra desde sus primeras creaciones en King's Road End, una tienda de telas que los judíos McLaren cedieron a su hijo Malcom en 1971. Antes de que el fenómeno *punk* arrasara la victoriana sensibilidad de la conservadora clase media británica, Malcom y Vivienne debutaban como referencia imprescindible para *new-mods* nostálgicos de los años cincuenta y se especializaban en cazadoras para moteros *new-rockers*, hasta acabar convirtiendo su negocio en un verdadero paraíso del fetichismo frecuentado por amantes de la goma y del cuero negro con tachuelas. Los deseos de McLaren de convertirse en productor musical y la traducción plástica que Westwood realizaba de la rabia contra la "blanda e hipócrita filosofía de la clase media, tan poco apropiada para la realidad económica de la segunda mitad de los años setenta" (McDermott 1987: 26) se combinaron con los zapatos de *teddy boy* de Steve Jones, los jerseys de angorina de Paul Cook, las camisetas hechas jirones de Johnny Rotten y el surrealismo alucinógeno de Sid Vicious. El resultado de tan insólita mezcla, que bautizaron como *Sex Pistols*, se convirtió en el referente iconográfico y existencial de los jóvenes nihilistas del extrarradio londinense, que hicieron suyo el eslogan característico de la banda más estridente de la historia del rock: NO FUTURE.

2. APORTACIONES DE VIVIENNE WESTWOOD AL SISTEMA DE LA MODA

En 1975, McLaren y Westwood habían bautizado el nuevo *look* (*punk*) de su viejo local de King's Road End con el nombre de *Seditionnaires*. Los diseños del período sucesivo (la colección *Pirate* de 1981) constituyen "el

primer intento serio de canalizar la energía y la creatividad del espíritu que fomentaba el *punk*" (McDermott 1987: 28) y llevaron a Westwood a conceptualizar el carácter subversivo de sus creaciones, reinterpretando la cultura tradicional. Junto con la parodia del *consumo ostentativo* (Veblen 1899 [1970: 47 ss.]) que realizaba el *punk*, expresado en tatuajes y *piercing* realizado con imperdibles, el estudio de culturas del tercer mundo han ido llevando a Westwood a *deconstruir* y "reinventar" el concepto de adorno, mediante aparatosas estrategias de *ostentación* (superponiendo la ropa interior al vestido, exhibiendo hilvanes e imperdibles, etc.) o de *disimulación* (exageración del maquillaje hasta ocultar el rostro, etc.) que socavan todavía más la debilidad tradicional de la idea de *belleza*. En sus colecciones sucesivas, *Savage* (1981), *Hobo* y *Buffalo* (1982), Westwood introdujo la actuación en la pasarela, que tanta influencia ejercería sobre todos los jóvenes diseñadores británicos (Bodymap, Galliano...), y su versión de la ropa étnica representa una peculiar síntesis entre la mentalidad isleña de los británicos y la atracción que siempre han experimentado hacia lo exótico y lo remoto.

El esmero con que corta su ropa (Westwood se confiesa admiradora de los exclusivos sastres de Savile Row) se pone de manifiesto en la colección *Witches* de 1983, cuyos cortes en redondo, en lugar de los habituales cortes longitudinales, producían en sus vestidos la sensación de que "las diferentes partes del cuerpo se mueven de distintas formas" (McDermott 1987: 34) e instauraban una nueva modalidad de definir una figura femenina que la sociedad lleva adaptando a los vaivenes de la moda desde sus orígenes (Hollander 1975 [1993: 84]).

Lipovetsky (1987) divide la moda contemporánea en dos grandes períodos: "la moda de los cien años" (desde mitad del siglo XIX hasta 1960) y "la moda abierta" (desde 1960 hasta la actualidad). Las innovaciones más importantes del primer período se producen en el *paradigma* de la moda: el traje longilíneo de Poirer (1906), la adopción de nuevos materiales y bisutería de Chanel (1916 y 1930), el corte al bias de Vionnet (1918), los zapatos de plataforma de Ferragamo (1938) o el bikini de Louis Reard (1947) representan tan sólo algunos de los hitos de la historia de la moda. A medida que nos adentramos en el segundo período, las innovaciones del *paradigma* disminuyen (la minifalda de Mary Quant en 1964, el esmoquin para mujer de Saint Laurent a finales de los sesenta, etc.), pero los cambios que se producen en el *sintagma* son altamente significativos.

La aportación de Westwood al *lenguaje* de la moda (en ambos ejes) ha sido muy fructífera e influyente. *Sex*, la colección que presentó en 1975 con su entonces socio y *partner* McLaren, contenía todos los elementos característicos del estilo *punk* (collar de perro, brazalete de imperdibles, camiseta he-

cha jirones, ligero de cuero negro, zapatos con tacón de aguja, etc.) y ha originado innumerables ejercicios de *virtuosismo* entre diseñadores como Versace, Schlessler, Gaultier o Galiano, que no dejan de explorar y explotar sus infinitas posibilidades. Además de las mini-crinolinas ya mencionadas, Vivienne Westwood sacó a la calle sombreros napoleónicos y reinterpretó los uniformes de los soldados dieciochescos¹² que otros grandes de la moda (Biblos o Versace) adoptarían en los años noventa. Los "piratas" de su colección de 1981 conformaron toda una generación de *barrocos* ("neorománticos" en este caso) con levitas y camisas de chorreras cuya aureola nostálgica no sólo atrajo decididamente a los estilistas más *barrocos* (Miyake, Gaultier), sino también a los grandes *clásicos* por excelencia. Sus desarrapados "salvajes" (de la colección *Savage* de 1981) se sofisticaron en Kenzo o en Galliano, pero sin perder nunca su "espíritu", e incluso incitó al Lagerfeld de Chanel a elevar a las mujeres hasta alturas inverosímiles sobre plataformas de vértigo. Como ejemplos de logradas operaciones de *deconstrucción* de Westwood, que han cristalizado en el *sintagma* y han modificado la combinatoria del vestir, destacan la exhibición de la ropa interior que se lleva sobre ropa exterior (desde su colección *Hobo* de 1982), las camisetas desgarradas, las cintas de colores en el pelo encrespado, las medias caídas, etcétera.

En la segunda mitad de los noventa el nombre de Westwood se barajó como firme candidata a dirigir la casa Dior (que finalmente se decantó por Galliano), mientras su nombre se consolidaba en ultramar (especialmente en Japón) y Milán se rendía finalmente ante esta gran señora que un día fue la reina del *punk* y que ahora se ha convertido en la reina de la moda.

NOTAS

1. A partir de los años sesenta, la *tendencia* de moda se convirtió en *estilo*: "[en los sesenta] la moda estalla en colecciones singulares y cada diseñador sigue su propia tendencia" (Lipovetsky 1987: 147).
2. Jugando con la doble acepción de "gas" en inglés como "cámara de gas" y como "broma".
3. Aunque cada uno de nosotros *escriba* en su vestirse cotidiano, al hacerlo construimos signos con códigos de "segunda mano".
4. "Yo prefiero sacrificar la comodidad a cambio de ropa que me otorgue importancia" (entrevista con V. Westwood en *Vaquero*, 1996: 122).
5. La crítica calificó reiteradamente de "indecentes" las mallas con una hoja de perra en el pubis que Westwood presentó en su colección otoño-invierno 1989.
6. "En una época como ninguna otra de estetización general de los comportamien-

tos y de crisis endémica del filosofema *estético*, A. J. Greimas, semiólogo y lingüista, ha optado por *lo estésico*, es decir, por el componente afectivo y sensible de la experiencia cotidiana" (Fabbri 1988: IX).

7. O. Calabrese define el estilo *cóctel* de Versace como el resultado de una mezcla cuyos componenetes se reconocen, al menos en la receta, "pero el conjunto posee un sabor propio e individual" (Calabrese 1992, 201).

8. Hebe Dorsey dijo de Jasper Conran: "Sus colecciones [son] una inteligente mezcla de Chanel, Saint Laurent, Lagerfeld y una pizca de Alaïa, [y] resultan tan jóvenes y coloristas como una bolsa de caramelos" (Coleridge 1989: 181).

9. Sobre la citación clásica y su perversión véase A. Compagnon (1979).

10. Para Jameson, la expansión de la vida cultural, hasta incluir en su interior todo lo relativo a la vida social, es una de las características del posmodernismo, que desemboca en la "imposibilidad de determinar cuándo nos encontramos ante lo específicamente político o cultural o social o económico, sin olvidar lo sexual, lo histórico, lo moral y demás" (Jameson 1992: 47).

11. Westwood utilizó diseños de Keith Haring en su colección *Buffalo* (1982), pero su relación con el graffitista americano u otros artistas es muy diferente de la de Schiapparelli con los surrealistas.

12. La operación que Westwood lleva a cabo en este caso representa un verdadero *emboîtement*, pues la referencia al *punk* de sus uniformes remite inevitablemente a otro de los símbolos por excelencia de la *britanidad*, el *Sargeant's Pipers* de los Beatles.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASH, J. (1992) "Philosophy on the Catwalk. The Making & Wearing of Vivienne Westwood Clothes" en *Chic Thrills* de J. Ash y E. Wilson. Berkeley: University of California Press.

BAJTÍN, M. (1975) *Voprosy literatury i estetiki*. [Estética e romanzo. Turín: Einaudi, 1979.]

BARBER, L. (1990) "How Vivienne Westwood took the fun out of frocks", *The Independent*, 18/2/1990.

BARTHES, R. (1967) *Elements de sémiologie*. París: Seuil. [Elementos de semiología. Madrid: Alberto Corazón, 1971.]

CALABRESE, O. (1992) "Lo stile degli stilisti" en *Moda e mondanità* de P. Calefato (ed.). Bari: Palomar.

COLERIDGE, N. (1980) *La conspiración de la moda*. Barcelona: Ed. B, 1989.

COMPAGNON, A. (1979) *La seconde main ou le travail de la citation*. París: Seuil.

DAVIS, F. (1992) *Fashion, Culture and Identity*. Chicago: The University of Chicago Press.

ECO, U. (1975) *Trattato di semiotica generale*. Milán: Bompiani. [Tratado de semiótica general. Barcelona: Lumen, 1977.]

— (1979) *Lector in fabula*. Milán: Bompiani.

— (1990) *I limiti dell'interpretazione*. Milán: Bompiani.

FABBRI, P. (1988) "Introduzione" en *Dell'imperfezione* de A. J. Greimas. Palermo: Sellerio.

FLEURY, S. (1995) "Interview avec Vivienne Westwood", *Mode et Art*, Société des Expositions du Palais des Beaux-Arts, Bruxelles, 29/9/1995.

GREIMAS, A. J. (1987) *De l'imperfection*. París: Fanlac. [Dell'imperfezione. Palermo: Sellerio, 1988.]

HOLLANDER, A. (1975 (1993)) *Seeing through clothes*. Berkeley: Univ. de California.

JAMESON, F. (1992) *The Geopolitical Aesthetic*. Londres: BFI. [La estética geopolítica. Barcelona: Paidós, 1995.]

LIPOVETSKY, G. (1987) *L'empire de l'éphémère*. París: Gallimard.

MCDERMOTT, C. (1987) *Street Style. British Design in the 80's*. Londres: The Design Council.

VEBLEN, T. (1899) *The Theory of the Leisure Class*. [Théorie de la classe de loisir. París: Gallimard. 1970.]

ABSTRACT

Unlikely the other two scopes of the great human system of values (epistemic and ethical), the aesthetic judgement is no based on the opposition of concepts and the aesthetic concepts settle onto the system only as an "extra" meaning upon the epistemic and ethical values. I think that the style of fashion designers could be studied by means of the production of such an "extra" meaning and this paper tries to determine the characteristics that define Vivienne Westwood's fashion by analyzing her way of working with signs.

Charo Lacalle es profesora de Semiótica en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Especialista en análisis de la televisión, ha publicado numerosos trabajos entre los que destacan *Terciopelo azul*. David Lynch (Barcelona: Paidós, 1998) y *El espectador televisivo* (Barcelona: Gedisa, 2001). Es miembro de *Eurofiction* (Observatorio Europeo de la Ficción). E-mail: ippe1@blues.uab.es