

— (2017), “Por una neosemiótica de la moda”, *Semiótica. Estudios contemporáneos*, Acosta, G. L. y Maya, Cl. M. eds., Medellín: Universidad de Medellín, 203-216.
SANTAELLA, L. (2009), “Reflexões sobre a moda nos relevos do interstício”, in Avelar, 2008, 13-15.
TERRACCIANO, B. (2017), *Social Moda. Nel segno di influenze, pratiche, discorsi*, Milano: FrancoAngeli.
VOLI, U. (1989), *Contro la Moda*, Milano: Feltrinelli.

Modas juveniles y nuevas identidades culturales . *Youth fashions and new cultural identities*

Patrizia Calefato

(pág 29 - pág 36)

Las nuevas tecnologías de la comunicación, en particular la web, configuran nuevas identidades culturales en las jóvenes generaciones. Se trata de analizar esas nuevas identidades tecnificadas, globalizadas e interconectadas desde una perspectiva semiótica. A partir de varios casos concretos sacados de los campos ligados a las redes sociales, artístico o literario se comprueba la tesis de que las modas son formas de “escritura” del cuerpo.

Palabras claves: semiótica - moda - tecnología - redes sociales - identidad

New communication technologies, in particular the web, configure new cultural identities in young generations. It is about analyzing these new technified, globalized and interconnected identities from a semiotic perspective. From several concrete cases taken from the social media, artistic or literary fields, the thesis that fashions are forms of “writing” of the body is verified.

Key Words: semiotics - fashion - technology - social media - identity

Patrizia Calefato es Profesora en la Università de Bari (Italia) y una de las más importantes especialistas en semiótica de la moda. Entre sus publicaciones, podemos destacar *El sentido del vestir* (Valencia 2002), *Mass Moda* (Roma, 1996 y 2007) *Luxury* (New York and London, 2014), *Paesaggi di moda: corpo rivestito e flussi culturali* (Milano, 2016), *Fashion, Time, Language* (Saarbrücken 2017). E- mail: patrizia.calefato@uniba.it

Recibido 15/01/2020 – Aprobado 16/01/2020

Atribución-NoComercial-CompartirIgual
CC BY-NC-SA



1. INTRODUCCIÓN

En este texto hablaré sobre cómo entorno a las prácticas sociales introducidas por las nuevas tecnologías de la comunicación, en particular de la web, es posible encontrar nuevas identidades culturales a través de las jóvenes generaciones. En la segunda década del 2000, estas identidades presentan características “exteriores” y estilísticas que conectan comunidades incluso distantes entre sí, pero que plantean problemáticas semióticas, políticas y culturales recíprocamente interconectadas.

Desde los años 70 los estudios culturales han coincidido en la definición de conceptos tales como “estilos callejeros” (street-styles) y “subcultura” (sub-culture). El estilo ha sido entendido como una forma de adhesión estética y ética de grupo en la sociedad de masas a culturas en proceso, convirtiéndose en argot. Esta adhesión se manifiesta en el hecho de compartir aspectos que incluyen la forma de vestir, los gustos musicales, literarios y cinematográficos, y más en general diversas prácticas culturales cotidianas. Los estilos callejeros, desde los años 50 del siglo XX con el *mod* y el *teddy boy*, y luego los hippies y los rockeros hasta los punks, han estado interpretados como un universo subcultural *pop* que se oponía a la moda entendida como una institución.

La *Fashion Theory*, nacida a finales del siglo pasado como un ámbito teórico interdisciplinar, concibe, sin embargo, la moda como un sistema de sentido dentro del cual se producen las representaciones culturales y estéticas del cuerpo vestido: de acuerdo con la perspectiva de la Fashion Theory entendida en clave sociosemiótica, es posible la reversión de la misma noción de la moda como un sistema social institucional y *upperclass*. La Fashion Theory y la socio semiótica convergen de hecho en la definición de la *mass moda*, de acuerdo con una definición que le di en los años 90: la moda de masas, término que deriva y juega con el de los medios de masas, es el sistema de sentido en el que se manifiesta una complejidad de tensiones, de significados y de valores no sólo relativos a la dimensión de la indumentaria. Esta complejidad tiene en su centro al cuerpo y la modalidad de su ser en el mundo, su forma de representación, su disfrazarse, su travestirse, su medirse y su confrontación con estereotipos y mitologías. Los diversos discursos sociales - del cine a la música, a los nuevos medios, a la publicidad - hacen vivir la moda como sistema *sincrético*, intertextual, como una referencia reticular entre los signos del cuerpo recubierto y como construcción y deconstrucción constante de los sujetos que negocian, interpretan o que reciben el sentido.

Las nociones de estilo callejero y subcultura se extienden, por tanto, hoy a las de “escena” urbana y de “red” planetaria. La “escena” constituye “la momentánea y dinámica aglutinación e interés por parte de individuos en torno a un *corpus* de signos en movimiento” (Attimonelli y Giannone, 2011:22): ropa, accesorios, música, gustos literarios, estilos corpóreos, instancias políticas, formas de arte e intervenciones activistas convergen en la definición de la escena como algo que va más allá de la moda. Al mismo tiempo, las redes sociales construyen formas de adhesión a modelos estéticos y estilos de vida no localizados ya en territorios específicos (como el París de la bohemia, el Swinging London de los años 60, o la California de los hippies), sino que siguen procesos colectivos, interconectados y que comparten una identificación ideal y práctica. Las nuevas tecnologías juegan un papel

central en el establecimiento de una estrecha relación entre la identidad corpórea y la red de conexiones en las que se inserta el cuerpo.

Hay muchos ejemplos de esta nueva configuración de modas juveniles e identidades culturales definidas a través de las neo tecnologías: desde la escritura en red hasta las nuevas formas de street-art, de los mundos virtuales a los videojuegos, desde los cosplay a los *otaku* japoneses, del underground techno al mundo de los nerd. Por razones de tiempo y claridad, me centraré, sin embargo, aquí en cuatro casos en particular: la primera, que brevemente se puede llamar “la plaza y la red”, recuerda la “primavera” del Norte de África y las revueltas todavía en curso en el mundo árabe, por una lado, y las protestas estudiantiles en Europa en el otoño de 2011 por otro, con respecto al papel central en este tema de las neo tecnologías y la escritura; el segundo se refiere a la moda como traducción cultural a través de un ejemplo de arte-activismo (o “artivismo”), el de la escritora parisina Princess Hijab; el tercero se refiere a los blogs de moda como forma de escritura en red y el cuarto y último se refiere al underground tecno-punk de Lisbeth Salander, el personaje literario creado por el escritor sueco Stieg Larsson en la saga *Millennium*.

2. LA PLAZA Y LA RED

Hay una fuerte y emblemática imagen que pertenece a la historia reciente del Mediterráneo: la plaza Tahrir de El Cairo en los días de la “primavera” norteafricana de 2011. En la toma de conciencia y en las revueltas que envuelven el mundo árabe, desde Túnez, a Egipto o a Siria, y se han extendido a Europa en las manifestaciones de los “indignados” que salieron a las calles en España, las tecnologías jugaron un papel clave. La cadena de televisión Al-Jazeera, en árabe y en inglés, ha preparado en los últimos diez años el humus de la toma de conciencia democrática. Después llegaron los blogs, a partir de los primeros años del 2000, junto con los foros y chats. Por último, las redes sociales, especialmente Facebook y Twitter, que han permitido comunicar las noticias y las consignas de las revueltas. Se trata de revoluciones que han tenido como protagonistas cientos de miles de jóvenes de diferentes clases sociales - desde las clases populares hasta las clases medias e intelectuales - y que han producido una generación conectada a la vez a la red y en la plaza como lugares físicos y metafóricos de manifestaciones de culturas e identidades en formación (Calefato 2005: 115-127).

Como ha dicho la periodista y bloguera Paola Caridi, autora del blog “árabes invisibles” y del libro con el mismo título (Caridi 2007), para estos jóvenes los ordenadores han funcionado como las máquinas de escribir para Samidzar, las publicaciones clandestinas de los disidentes en la URSS y en Europa del Este antes de 1989. Y alrededor de la plaza Tahrir, los habitantes del centro de la ciudad dejaban abiertas sus conexiones a Internet, eliminando las contraseñas de modo que los chicos en la plaza pudieran conectarse libremente con sus smartphones y *netbooks*, para que pudieran compartir entre ellos y con el exterior imágenes y contenidos.

En el barrio de Nasr City de El Cairo, los centros comerciales llenos de tiendas de electrónica y moda “joven” son desde hace tiempo frecuentados por chicos y chicas: el

vestirse de modo anticonformista y original, tanto con respecto a la tradición local como con respecto al lujo global, está estrechamente vinculado a comunicarse en red y a salir a las calles. Ciertamente las neo tecnologías, la web y las modas anticonformistas de por sí no son suficientes para crear la toma de conciencia y los movimientos por la democracia. Prueba de ello es el hecho de que a menudo se emplean las propias redes sociales o los blogs para señalar a los activistas a la policía, como ha ocurrido por ejemplo en Libia, donde el joven bloguero y opositor al régimen de Gadafi Nabous Mohammed, conocido en la red como Mo, estuvo en el punto de mira a causa precisamente de su exposición en la red y fue asesinado por un francotirador en Bengasi el 19 de marzo de 2011.

Entran así en escena formas de comunicación más “tradicionales”, como el arte callejero, que se sirve de la web para comunicar al mundo imágenes y grabaciones de graffitis y murales de un arte libre y creativo. Es el caso, por ejemplo, de “Freedom Painters”, de Nasr City, que testimonian con sus diseños en las paredes y su “artivismo” la complejidad de las nuevas identidades culturales que viven hoy en el Mediterráneo.

Identidades que se expresan fuertemente a través de los signos del cuerpo. Local y global se entrelazan: la moda se convierte en territorio de traducción cultural constante como demuestra otro ejemplo en el que las nuevas tecnologías se unen a las manifestaciones de identidades culturales en formación. Es el caso de una jovencísima y misteriosa artista callejera parisina de género no declarado pero de la que se habla siempre en femenino. Su nombre es Princess Hijab y desde 2006 actúa en París en las estaciones de metro. La artista-activista recubre con pinceladas negras, hasta formar un velo negro islámico que cubre el rostro, las caras de las modelos fotografiadas en las vallas publicitarias de moda. Sus intervenciones fueron inmediatamente grabadas y fotografiadas y puestas en circulación en la red, incluso antes de que el Ayuntamiento de París interviniera para cancelar el *adbusting*. Este último término se refiere a la desfiguración del texto publicitario oficial con el objetivo de deconstruir críticamente su sentido, en la tradición de la interferencia cultural que nació ya en los años 90 en Canadá con los “adbusters”, de los cuales la misma princesa Hijab se declara heredera en cuanto seguidora del texto que en el año 2000 difundió y teorizó el rol del *adbusting*, *No Logo* de Naomi Klein.

La obra de la princesa Hijab se sitúa hoy en un momento en el que recientemente se ha puesto en vigor a todos los efectos en Francia la prohibición de usar el burka en lugares públicos, pero en realidad va más allá de la controversia sobre el sí o no al velo. Probablemente nacida en 1988, la princesa Hijab pone de hecho sobre la mesa el tema de la identidad cultural de la segunda, tercera y cuarta generación de hijos y nietos de los inmigrantes en Europa. Generaciones a menudo todavía privadas de la ciudadanía, a pesar de haber nacido en territorio europeo, generaciones coetáneas de los protagonistas de las revueltas en el Norte de África y Oriente Medio, muy alejadas de los fundamentalismos y portadores, en cambio, de nuevos derechos y nuevos lenguajes. La distorsión del manifiesto publicitario parece entonces dar vida a la identidad compleja de estas generaciones, especialmente de las mujeres, en cuyos rostros el velo pintado es una señal de énfasis relacionada tanto con su rol como nuevas consumidoras, como con su condición minoritaria en la Francia actual. Un “tercer espacio” se hace así posible por el cuerpo, una tensión semiótica transcultural entre elementos en oposición recíproca.

3. ESCRITURA Y TECNOLOGÍA

Al otro lado del Mediterráneo respecto a las plazas norteafricanas, unas semanas antes de los levantamientos populares en la plaza Tahrir, otras imágenes provenientes de la plaza conectada a la red fueron las de las manifestaciones estudiantiles en Italia entre noviembre y diciembre de 2010. Los muchachos llevaban en aquellas ocasiones escudos de colores hechos de goma espuma, madera y cartón, cada uno de los cuales llevaba escrito el nombre del autor y el título de un clásico de la literatura: desde *El Príncipe* de Maquiavelo a la *Constitución italiana*, al *Decameron* de Boccaccio, *Gomorra* de Saviano, a *Moby Dick* de Melville y otros más: *book-block* fueron llamados los jóvenes vestidos de libros en contraste con los *black-block* de la oscura página del G8 en Génova en 2001. Sus imágenes fueron rápidamente difundidas por todo el mundo a través de YouTube, por lo que así también en Londres, en los mismos días, los universitarios salieron a las calles llevando *escudos-libro* de autores como Derrida o Huxley.

Los escudos de colores con los títulos de los libros escritos a mano se han convertido en el emblema de una generación que no quiere perder la memoria recogida en aquellos escritos, que no quiere perder el derecho a estudiar el significado siempre válido en una escuela y en unas universidades públicas y libres. Hay un profundo entramado de la literatura en el sentido de *literacy*, alfabetización, palabra inglesa que alude tanto a la “literature” como a la *littera*, a la literariedad y literalidad, donde esos cubiertas-escudos que llevaban encima hacían referencia a la textualidad electrónica propia de la cultura digital y la corporeidad. Nunca como hoy, el signo escrito y la palabra oral, la literatura y las imágenes, las palabras y los cuerpos, la modalidad más tradicional de la escritura y la lectura y las formas tecnológicamente más avanzadas de la textualidad, se contaminan entre sí y se presentan como variadas y múltiples manifestaciones de la “escritura” en el sentido más profundo y filosófico que contiene esta palabra: es decir, incisiones en el mundo de una presencia, ritmo y tesitura de relaciones que tienen como protagonista el cuerpo.

Las modas son en este sentido formas de “escritura” del cuerpo. Como un segundo ejemplo de las nuevas identidades culturales que se construyen a través de la red, ahora me refiero a los extensos escritos de los blogs de moda, uno de los principales vehículos de comunicación de las modas, especialmente de las “callejeras”. Este mundo está en gran parte poblado por exponentes de la generación de los nativos de Internet, en calidad de autores o de seguidores y comentaristas. Si el más famoso entre los blogs de moda, Sartorialist, tiene como autor un escritor maduro y como destinatario privilegiado a un público no muy joven, el fenómeno extendido de los teen-fashion-blogger, sin embargo, que tenía a la cabeza a la americana de catorce años Tavi Gevinson, tiene que ver con la gran familiaridad y velocidad que la generación nacida con Internet tiene en el uso de cámaras fotográficas digitales, programas de diseño gráfico y tecnologías informáticas en general. Los blogs de moda son a menudo capaces de combinar juicio estético con ironía, informaciones sobre las más interesantes tendencias “callejeras” junto con la cultura de la moda.

Uno de estos blogs es el italiano “Le malvestite” (las mal vestidas), llamado así porque habla, como está escrito en la presentación, “de todas esas cosas feas y estúpidas y ridículas pero que dan el pego de no serlo y que son entusiastas y están orgullosas de

la pomposa pretensión”. Dardos sarcásticos y burlas colosales sobre tatuajes imposibles, tejidos de leopardo, torpezas y descuidos que pasan por moda: el Foro entre los miembros, especialmente mujeres, mantiene vivo el blog incluso en largos períodos de ausencia de su autora que firma con el seudónimo de Betty Moore.

Otros casos interesantes de los blog de moda son aquellos relacionados con los lugares, con las ciudades. Por ejemplo, en Berlín, “StylesReport-Berlin” y “Stilinberlin”, se presentan, el primero como proyecto sobre las vanguardias de la ciudad que permite acceder a un sinnúmero de posibilidades para hacer compras on-line, comprando precisamente productos berlineses; el segundo, como una galería de constante actualización de imágenes que retratan estilos de la indumentaria berlinesa fotografiados en la calle y entre la gente común. El británico “The Face Hunter” recoge, en cambio, imágenes de viajes y de moda tomadas en diversos lugares de Europa, que crean una especie de cartografía de las tendencias y los cuerpos encontrados a lo largo del camino, una “geolocalización de moda” que pasa a través de la escritura y las imágenes en la web.

Una tensión semiótica de los diversos rasgos semióticos de los casos considerados anteriormente, y aun igualmente dotada de gran fuerza, es particularmente evidente en un personaje literario cuyo personaje toma vida directamente de la tecnología y de la vida en red: Lisbeth Salander, la co-protagonista de la trilogía *Millennium* del escritor sueco Stieg Larsson. Lisbeth es una hacker, capaz de penetrar en las bases de datos y archivos web, capaz de romper cada uno de los cortafuegos de la red y entrar en la vida telemática de quien quiera. El estilo de Lisbeth es lo que podríamos llamar “underground tecno-punk”: cada uno de estos términos expresa un dato bien preciso del personaje. Underground porque su vida se lleva a cabo en un territorio que a pesar de ser profundamente metropolitano, que de hecho toma y da al mismo tiempo vida propiamente a los lugares pulsantes de la ciudad donde ella vive, Estocolmo, se encuentra fuera de la ciudadanía. Lisbeth está, de hecho, bajo tutela, considerada ya una criminal a la edad de 12 años, por lo tanto en libertad condicional, como a lo largo de la primera novela. En la segunda novela de la trilogía, donde se enriquece tras una operación de piratería bancaria contra un criminal de las altas finanzas, vive, sin embargo, de incógnito aunque en el corazón de Södermalm, el barrio de Estocolmo de los jóvenes de las galerías de arte, de las tiendas vintage y de las redacciones de revistas políticamente comprometidas como la de “Millennium”. En el último volumen, por el contrario, su vida se lleva a cabo la mayor parte del tiempo en el hospital bajo vigilancia, después de las heridas casi mortales intercambiadas mutuamente entre ella y su enemigo histórico Zalachenko.

El elemento tecno de su carácter se da, como se ha mencionado anteriormente, en el gran dominio que Lisbeth tiene de las tecnologías digitales y telemáticas, que utiliza también de manera ilegal, pero con el propósito justo de reconstruir las razones de sus decisiones en la vida, incluso violentas como el intento de asesinato del padre o la dura venganza contra su agresor. Esta violencia conjuga su carácter con la cultura que podemos definir como punk, no tanto en el sentido de estilo artístico y musical de los años 70, sino en contenidos como la rebelión extrema, el nihilismo “activo” (en sentido nietzscheano), la corporalidad grabada y marcada tanto por los piercing y tatuajes como por las cicatrices.

Su cuerpo es menudo y flaco, casi “masculino” en sus rasgos esenciales, y su físico juvenil contrasta con su fuerza física y su experiencia en artes marciales, lo que le permite eliminar a hombres mucho más grandes que ella. Su sexualidad rechaza a los hombres, a excepción de Michael Blonquist, protagonista junto a ella de la trilogía, también a causa de la violencia que “los hombres que odian a las mujeres” le han infligido a ella y al género femenino.

En el cine, en la producción sueca, su personaje fue interpretado por la actriz Noomi Rapace, que ha representado bien estos caracteres también a través del vestuario y el look: chaquetas de cuero, botas, sudaderas con capucha, jeans ajustados, pelo cortísimo en el primer episodio, con mucho maquillaje con referencias góticas, además del tatuaje del dragón que le cubre la espalda.

El personaje de Lisbeth es muy distante, en su fuerza y en la ternura contemporánea que evoca en el lector, en las imágenes de los nerd de origen norteamericano de los que en cambio la moda ha tomado inspiración. Un nerd por excelencia es el verdadero David Zuckerberg y el retratado en la película *The Social Network*, interpretado por Jesse Eisenberg, quien ha representado bien el carácter antipático y la escasa socialización, que se acerca a los límites del autismo.

4. NOTAS CONCLUSIVAS

La moda representa un punto de encuentro de culturas y un lenguaje en continua traducción: por una parte, viaja a través de los canales de comunicación globalizados de las grandes marcas, de las ferias y las pasarelas; por otra parte, los caracteres locales y globales del gusto transitan hoy siempre más intensamente a través de hibridaciones, intercambios y fusiones impredecibles que tienen lugar a través de la intersección de la red, la calle y la plaza. No sólo condicionado por el poder, ni sólo por el deseo, ni sólo por la cultura de masas, ni únicamente de la moda, el cuerpo recubierto, en especial el femenino, presenta un superávit irreductible, una tensión que absorbe y trasciende todos estos elementos también opuestos entre sí. Y es de estas tensiones que hoy debemos hablar cuando reflexionamos sobre el concepto de nuevas identidades culturales.

NOTAS

1. Traducción Estíbaliz Ortega revisada por el editor del monográfico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ATTIMONELLI, C. Y GIANNONE A. (2011) *Underground Zone. Dandy, Punk, Beautiful People*. Bari: CaratteriMobili.
- CALEFATO, P. (2005) “La escritura/lectura electrónica en la plaza de la red”, *Textualidades electrónicas*, Borrás Castanyer L. (ed.), Barcelona: Editorial UOC, 115-127.
- Invisible Arabs: www.invisiblearabs.com

- CARIDI, P. (2007), *Arabi invisibili*. Milano: Feltrinelli.
 KLEIN, N. (2000), *No logo*. Milano: Baldini & Castoldi.
 LARSSON, S. (2005) *Uomini che odiano le donne*. Venezia: Marsilio.
 — (2006) *La ragazza che giocava col fuoco*. Venezia: Marsilio.
 — (2007) *La regina dei castelli di carta*. Venezia: Marsilio.

Moda y Tendencia(s) en el momento neorromántico.

Fashion and Trendy (s) in the neo-romanticist moment

Lucrecia Escudero Chauvel

(pág 37 - pág 47)

Los procesos de moda y la rapidez de circulación de sus productos nos ponen frente a un conjunto de interrogantes: ¿Cuál es la relación entre la Moda y las tendencias? ¿Las tendencias son anteriores a la Moda? ¿El vestuario y sus accesorios son el único soporte de la Moda o esta se manifiesta en otros ámbitos? ¿Podríamos equiparar las tendencias a los fenómenos de vanguardia o estas responden a otras leyes de visibilidad temporales? ¿Cuáles son los problemas metodológicos a los que nos enfrentamos cuando analizamos estos fenómenos sociales de naturaleza efímera? Tomando un conjunto de ejemplos de diferentes medios y géneros, el artículo trata de responder a estos interrogantes desde una perspectiva de interpretación de los discursos sociales.

Palabras clave : Moda – Tendencia – Accesorios – Temporalidad - Ciclos

Fashion processes and the speed of circulation of its products put us before a set of key questions: what is the relationship between fashion and trends? Are the trends before Fashion? The wardrobe and its accessories are the only support of trends or is it manifested in other areas? Could we equate trends to avant-garde phenomena, or do they respond to other temporary visibility laws? What are the methodological problems that we face when we analyze these social phenomena of a so ephemeral nature? Taking a set of examples from different media and genres, the article tries to answer these questions from a theoretical perspective of interpretation's social discourses.

Keywords: Fashion - Trend - Accessories - Temporality - Cycles

Lucrecia Escudero Chauvel es PHD en Semiotica de la Universidad de Bolonia. Profesora de Teoría y Modelos de la Comunicación en la Universidad de Lille es actualmente investigadora asociada de la EHES Laboratoire CERMA-Mundos Americanos y del Laboratorio LAPRECO de la Universidad Autónoma de Barcelona. Participa en el Executive Board de Latin American Studies Association (LASA). Autora de numerosos artículos de Semiotica aplicada, dirige la revista deSignis. lucrecia.escudero@ehess.fr

Recibido 16/03/2020- Aprobado 22/03/2020

Atribución-NoComercial-CompartirIgual
CC BY-NC-SA

