

# RECORRIDO DE LA GARGANTILLA POR PASAJES BOGOTANOS

María Cristina Asqueta Corbellini<sup>1</sup>

Ivis Aguilera<sup>2</sup>

## Introducción

La propuesta para estudiar la moda en espacios urbanos pertenece al área de lenguaje, en el Programa de Comunicación Social - Periodismo. Dado el interés de la universidad por el desarrollo de los semilleros de investigación, el proyecto titulado Moda y convivencia se elaboró en 2016 y se aprobó en diciembre de ese mismo año; al desarrollarlo se delimitó como escenario para la observación un recorrido que va desde la Calle 19 con Carrera 3ra hasta El Chorro de Quevedo, en La Candelaria. A los efectos del trabajo de campo se la considera como una pasarela urbana para la presentación y exhibición de los trajes y adornos.

## Planteamiento del problema

En cuanto al problema, éste se ubica en torno a cómo la moda contribuye con la socialización de la persona y su integración a la cultura. Durante el proceso la observación, las encuestas y las entrevistas aplicadas posibilitaron nuevas interpretaciones sobre el papel de la ropa en la presentación de la persona, proyectada en colectivos donde reside la esencia bogotana, en cuanto manera de ser e identidad de los habitantes de la populosa, multicultural y dinámica capital colombiana.

## Objetivos

### Objetivo general

Identificar la moda en las dinámicas de convivencia manifestadas en las pasarelas urbanas, en las cuales se pone en escena la manera de ser y representar la identidad bogotana, integrando el carácter multicultural de los usos de vestimenta y accesorios a la persona y la vida social.

---

<sup>1</sup> Semillero: Sinécdoque. Investigadora principal- Programa Comunicación Social – Periodismo Facultad Ciencias de la Comunicación – Uniminuto

<sup>2</sup> Estudiante: Área. Lenguaje- Programa Comunicación Social – Periodismo Facultad Ciencias de la Comunicación – Uniminuto Correo: masqueta@uniminuto.edu

## Objetivos específicos

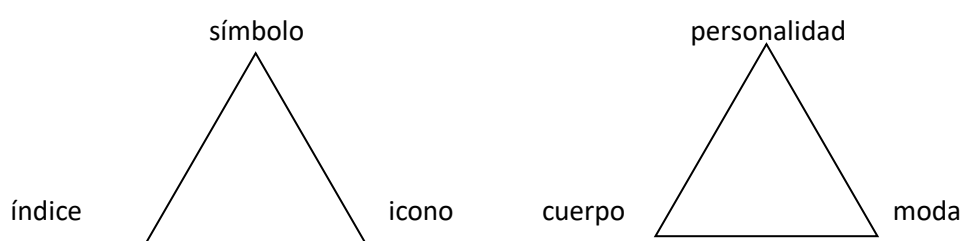
Reconocer en los accesorios las simbolizaciones de la tradición y de las transformaciones culturales.

Aplicar conceptos etnográficos en la obtención de las muestras de vestimenta y accesorios.

## Marco teórico

Los estudios de la moda tienen como fundamento los estudios psico-sociales e históricos de la segunda mitad del siglo XX, a los cuales pertenece el libro de Margarita Rivièrre, *La moda, ¿comunicación o incomunicación?* (1977), desde una propuesta heteróclita que indaga el papel de la moda en los años en los cuales la historia de España amanecía con un nuevo contexto. En este trabajo, ambicioso y amplio, destaca la actitud crítica frente al papel contextual, social e histórico de la moda, aunque el análisis de las revistas que aborda resulta, frente al marco teórico, demasiado restringido aún para el estructuralismo. A pesar de esto, la descripción contextual constituye un antecedente válido para cuestionar un fenómeno social como la moda, que de manera tradicional ha sido estudiada por la sociología; aunque, estos aportes contribuyen de manera valiosa con el desarrollo metodológico y con la sistematización del trabajo.

Igualmente, esta necesidad teórica se ha evidenciado en la segunda mitad del siglo pasado; pero, también en el campo de la comunicación con relación a la cultura y las instancias semióticas como la moda. Sobre este tema, tercia el artículo titulado: *La dimensión comunicativa de la moda: apuntes del caso español* (2010) en coautoría entre N. Quintas Froufe y E. Quintas Froufe. Este texto se ocupa de del ítem de la moda y la comunicación; advierte como el tema fue resistido por la academia; sin embargo, ahora, se le reconoce la incidencia en los estudios de la comunicación y la cultura, debido a los proyectos de investigación que, como el que se presenta en esta oportunidad, actualizan el tema. Así, resultan posibles las actualizaciones pragmático-cognitivas en torno a la moda, enmarcada ahora en la comunicación y la convivencia.



**Figura 1.** La segunda tricotomía de Ch. Peirce (de la Primeridad), conforma el esquema de las posibles representaciones y se asocia con una propuesta tricotómica para una semiótica de la construcción de sentido, en las puestas en escena urbanas. Elaboración María Cristina Asqueta.

De modo que el corpus general de la semiótica, constituido por aportes pragmatistas, complementados por fuentes del actual cognitivismo, aporta las bases y los argumentos que sustentan el andamiaje teórico, al retomar el tema de la inserción de la persona y la personalidad en la vida social.

## Metodología

La metodología se referencia aquí de manera general y global, solo para ilustrar acerca de la concepción metodológica del proyecto. La investigación de carácter cuanti-cualitativo se fundamenta con el paradigma hermenéutico interpretativo. En el proceso, se aplicaron instrumentos etnográficos, como el trabajo de campo y la encuesta, para posteriormente someter los resultados al análisis y a la interpretación. A pesar de los porcentajes obtenidos, básicos para no caer en interpretaciones sin fundamento, la propuesta definitiva se orienta hacia una investigación cualitativa. Además, un soporte importante para la metodología proviene de Erving Goffman, en particular Frame analysis (2006), una propuesta que enriquece a la investigación, en particular es de concepción etnográfica.

## Resultados

### Integración cuerpo-vida social: la moda

En consecuencia, aquí se propone la consolidación de un aporte desde la semiótica, fundamentado por el carácter cultural, social y simbólico de los fenómenos como la moda. La alternativa de estudio de la vestimenta en las dinámicas culturales considera las orientaciones teóricas peirceanas, como co-relatos de la realidad. Además, en este tema en particular la semiótica aplicada considera la teoría de manera amplia; por ejemplo, en cuanto a la terceridad (Rodríguez, 2003) en tanto la lógica mediadora entre el objeto y el signo; está reformulada por la tricotomía faneroscópica (interpretante emocional, interpretante energético, interpretante lógico) a la luz de la cual los procesos interpretativos van asociados con dinámicas, por ejemplo corporales, y a las emociones las cuales imprimen ciertas particularidades a los atuendos. En esta investigación, se consideraron los aspectos relativos al cuerpo porque la moda tiene un papel activo en la construcción del espacio social y personal tanto como en la socialización de las personas; así como, a la vez, da lugar a comportamientos urbanos que permiten el reconocimiento de las manifestaciones culturales y de la identidad. La moda posibilita la puesta en escena de la personalidad que se quiere dar a conocer y se dirige hacia aquellos con quienes se comparten los escenarios y el contexto.

En cuanto a la función estética, la moda conformar la concepción corporal en tanto también busca el agrado y la complacencia de las miradas, de acuerdo con los cánones de cada época, lugar y cultura. Las personas que hacen parte de población investigada en la primera etapa, localizada en tres espacios seleccionados para el trabajo de campo: carrera séptima, el septimazo; Universidad Minuto de Dios y Universidad Jorge Tadeo Lozano. Los porcentajes obtenidos en aquella oportunidad, con la caracterización de la población fueron: 50% hombres y 50% mujeres, en su mayoría jóvenes; al conceptualizar la moda, en su mayoría resistían en cierta medida el papel de la moda hegemónica, proveniente de la empresa económica y de la difusión mediática.

Sin embargo, la estética proviene igualmente de esas fuentes al negarle un papel en la moda en la definición de sus atuendos, al menos de parte de un 44% que negaba a reconocer los parámetros de la moda; aunque, se podía observar que a la vez portaban ropa y objetos de moda. En cambio, en esta oportunidad, se hará referencia a un accesorio en particular: la gargantilla la cual ha vuelto a ponerse de moda y a lucir en los cuellos de las ciudadanas y, también, de los ciudadanos aun cuando permanezcan indiferentes a los dictados de la moda.

En cuanto a la investigación en sí, la propuesta se ha fundamentado con el opus de Pierre Bourdieu sobre La distinción. Criterios y bases sociales del gusto, de fundamento etnográfico y con instrumentos como las entrevistas, estadísticas a partir de respuestas, transcripciones de notas y reportajes que le permite mapear el gusto de los franceses. En el proceso de descripción y explicación, este autor incluye a la moda.

## Accesorios para el cuello: el gusto por la gargantilla



**Figura 2.** En esta imagen aportada por la psicología de Gestalt; la gargantilla, o la boca, marca el cambio temporal de las edades del rostro.

En consonancia con la figura 2, la gargantilla representa la juventud, concepto que constituye el paradigma de la moda según Lipovestky (2009) al ser el objeto que identifica a la mujer joven en esta fusión. También, en su carácter simbólico, la gargantilla decora el cuello en el lugar donde lo cortaría el tajo de los decapitados; por tanto, vendría precedida por una historia trágica, la cual encontró numerosas víctimas principalmente entre las mujeres que, a pesar de ello y con desconocimiento de los eventos históricos, acogen con entusiasmo este accesorio el cual ha sido resignificado y estilizado por la moda. Además, se han observado cintas rojas que funcionan como gargantillas en la propuesta contemporánea para el uso del adorno. Entonces, cabe preguntarse a los efectos de la reflexión, ¿podrá la gargantilla predisponer para la convivencia dado ese pasado teñido con sangre?



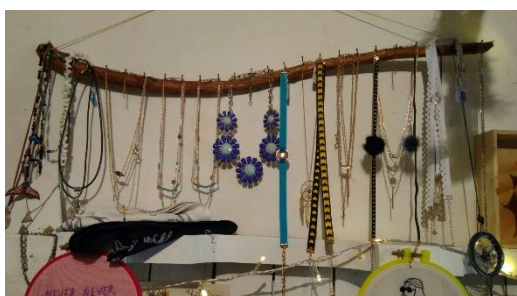
**Figura 3.** Ana Bolena, célebre decapitada que aún luce una gargantilla en su retrato. (Vidal de la Peña, 2016)

Entre líneas y subsumida por la estética, emerge la relación persona-cuerpo-vestido y, por tanto, la erotización como categoría que va impresa también en los accesorios que, a veces, se ubican en las zonas erógenas como el cuello. Así, en el juego de mostrar, exhibir y ocultar, el atuendo y la moda pueden ser inseparables porque ambos funcionan como el mismo objeto, ingresan en el ámbito de los signos y adquieren sentido.



**Figura 4.** Eros y Tanatós se fusionan en la gargantilla, que porta en este retrato una prostituta. (Vidal de la Peña, 2016).

Esta usuaria populariza y democratiza a la gargantilla; a la vez que, le quita la negatividad a su beligerante pasado. Podría inferirse que iguala a las reinas decapitadas y a las prostitutas. Además, cabe anotar que las gargantillas son una clase de collares; pero, menos prototípicas que los de sarta con cuentas que están en la cultura desde la época del hombre primitivo, en los albores de la humanidad. Asimismo, destaca entre los encuestados de la primera etapa de la investigación, el uso y concepción de los accesorios como parte fundamental del atuendo de los jóvenes, nuevamente en consonancia con Lipovestky (2009). Entre los más populares en esa oportunidad estuvieron las bufandas, aretes, pashminas, gafas, gorros y manillas; algunos de estos complementos además de ofrecer protección, marcaban el estilo a la hora de combinar el vestuario.



**Figura 5.** Las gargantillas tienen forma de garganta dado que el cuello será el lugar de exhibición. Exposición de la propuesta de la moda contemporánea, en una tienda de artesanías de La Candelaria. Foto Marcela Rivera, Sinécdoque.

De acuerdo con los resultados de la primera etapa, los porcentajes de objetos vestimentarios oscilan entre 3% y 1%, que no son representativos a la hora de evaluar el uso, aunque marcan la tendencia. Asimismo, en cuanto a bufandas y pashminas que, al igual que collares y gargantillas se portan en el cuello, estas brindan abrigo a una población juvenil que debe asistir a clases a las 7 a.m. o 9 p.m. en la gélida Bogotá pero, al tiempo están de moda, y marcan una tendencia sofisticada mediante el uso de colores y texturas.

## Conclusiones parciales

La novedad del trabajo consiste en la propuesta de estudiar la moda como significación en el contexto cultural y social. La pertinencia proviene de un marco teórico que soporta la argumentación y la interpretación del fenómeno semiótico, particularizado en este caso en un solo accesorio: la gargantilla, la cual como ítem semiótico es polisémica.

A partir de la investigación, en particular del análisis e interpretación de sentido que adquieren la ropa y los accesorios al portarlos la persona poniéndolos en escena se concluye que la moda se caracteriza por tensiones como la tendencia al cambio y la conservación que se traducen en otra bastante fundamental como juventud y vejez; otras que aún están en desarrollo como femenino y masculino, y zonas intermedias como el andrógino. El prototipo de adorno para el cuello es el collar, el cual existe desde la época del hombre primitivo; aunque, la gargantilla que resulta menos prototípica acompaña a la vestimenta desde cuando el concepto de elegancia hace que los objetos se estilicen para exhibirlos.

Finalmente, se destaca la relación entre persona-cuerpo-adorno categorías con las cuales la moda adquiere sentido, y espesor, en consonancia con el juego de mostrar, exhibir y ocultar que permiten inferencias como las presentadas aquí para la gargantilla. En consecuencia, el atuendo y la moda pueden ser inseparables porque ambos funcionan como el mismo objeto e ingresan en el ámbito signico y a la cultura.

## Biografía

Barthes, Roland. 1993. "Semiología y urbanismo" en La aventura semiológica. Barcelona, Ediciones Paidós Comunicación, pp. 257-266.

\_\_\_\_\_. 1978. Sistema de la moda. Barcelona, Ed. Gustavo Gili.

Bourdieu, Pierre, 1988. La distinción. Criterios y bases sociales del gusto. Madrid, Altea, Taurus, Alfaguara S.A.

Dosse, Francois. 2009. Gilles Deleuze y Félix Guattari. Biografía Cruzada. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Eco, U. 2005. Tratado de semiótica general. México. Random House Mondadori, S.A. de C.V.

Goffman, Erving. 2006. Frame Analysis. Madrid. Centro de Investigaciones Sociológicas y Siglo XXI de España Editores, S.A.

\_\_\_\_\_. 1991. Los momentos y sus hombres. Madrid. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., y Editorial Paidós, SAICF.

Heller, A. 1994. Sociología de la vida cotidiana. Barcelona: Edicions 62 s/a. Lakoff, G. & Johnson, M. 1995. Metáforas de la vida cotidiana. Madrid: Cátedra.

Lettieri, Josefina. s.f. "Los ciclos de cambio en la moda: la evolución del gusto". En: Signos Universitarios, págs. 159 – 176. <http://p3.usal.edu.ar/index.php/signos/article/viewFile/1946/2413> [4/07/14]

Lipovetsky, Gilles. 2009. El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas. Barcelona. Anagrama.

Merleau-Ponty, M. (1977). El ojo y el espíritu. Buenos Aires: Editorial Paidós

König, René. 1968. Sociología de la moda. Buenos Aires, Ediciones Carlos Lohlé.

Palacios, Anabel. (2014). "Cómo conseguir un look casual" en <http://belleza.uncomo.com/articulo/como-conseguir-un-look-casual-16086.html#ixzz34GXDgOZf> [10/06/2014]

Rivière, Margarita. 1977. La moda, ¿comunicación o incomunicación? Barcelona, Editorial Gustavo Gili, S.A.

Rodríguez, D. M. (2003) La teoría de los signos de Charles Sanders Peirce: Semiótica filosófica. Buenos Aires. En: <http://www.google.com.co/url?url=http://www.unav.es/gep/TesisDoctorales/TesisMRodriguez.pdf&rct=j&frm=1&q=&esrc=s&sa=U&ei=4JjwVIXoD8argwTX8IOwBg&ved=0CBoQFjAB&usg=AFQjCNFcVZgOI5J4fpmrPmA5K-FNVHG2A>. Recuperado el 15/02/2015.

Santamaría, G. (2001). La Séptima, una vía que atraviesa a Colombia. En: Samper Pizano, D. Antología de grandes reportajes colombianos. Bogotá, Aguilar.

Simmel, Georg. 1961. Cultura femenina. Filosofía de la coquetería. Lo masculino y lo femenino. Filosofía de la moda. México. Espasa-Calpe Mexicana, S.A.

Sobrado, Naxto (2011) "Moda en la calle: el estilo informal, casual y deportivo que sí podemos ver en nuestra ciudad" en <http://www.tendencias.com/street-style/moda-en-la-calle-el-estilo-informal-casual-y-deportivo-que-si-podemos-ver-en-nuestra-ciudad> [10/06/2014]

Sobrado, N. (2012) "Moda en la calle: manual para ser moderna" en <http://www.tendencias.com/street-style/moda-en-la-calle-manual-para-ser-moderna> [10/06/2014]

Steimberg, Oscar. 2001. "Moda y estilo a partir de una frase de Walter Benjamin" En DeSignis N° 1. Buenos Aires, Gedisa Editorial.

Ziemke, Tom, Zlatev, Jordan y Frank, Roslyn (Editors). 2007. Body, Language and Mind. Volumen 1: Embodiment. Berlin, Mouton de Gruyter.

#### Imágenes de Internet

Taringa. Psicología de la Gestalt y pensamiento. Obtenida en: <https://www.google.com.co/search?q=im%C3%A1genes+gestalt&espv=2&tbn=isch&imgil=6bM9aHIXXwj4xM%253A%253Buq3BOQEMl1PsyM%253Bhttp%25253A%25252F%25252Fwww.taringa.net%25252Fposts%25252Fofftopic%25252F15713246%25252FPsicologia-de-Gestalt-l->

Vidal de la Peña, L. 2016. El pasado y el presente de la gargantilla. En: Cantabria de Moda: Tomado de: <https://goo.gl/XlyBuE>