

## 1.2

Edward Venero  
Docente de la Especialidad  
de Diseño Gráfico

**LA RE - SEMANTIZACIÓN DE VESTUARIO  
EN LA MODA URBANA DE LIMA.  
PROYECTOS DE DISEÑO DE AUTOR**

*Abordamos la moda urbana de Lima en una perspectiva interpretativa de sus opciones recurrentes de diseño de autor, interesado en la escenificación de caracteres y roles a través de una indumentaria con un elevado potencial referencial, que produce efectos asociativos en la memoria de la comunidad. Los diseñadores apelan para este tipo de construcción a referentes culturales y a la construcción semántica del vestuario.*

El arte es una constante para proporcionar fuentes morfosintácticas para la construcción de las colecciones de moda, aportando una gran variedad de efectos estéticos, lo que incluye cargas semánticas particulares. El diseño de autor interviene en la configuración de las colecciones con identificadores que aseguran la apelación y los efectos del consumo culturales de esta indumentaria que asimila las funciones del vestuario al incorporar sus recursos.

#### **LA SEMÁNTICA DE LA IMAGEN DE MODA**

La imagen de moda genera sentido en un contexto cultural que plantea las condiciones de su semántica. En el actual diálogo de subjetividades, propio de una cultura urbana diversificada y fragmentada, emergen nuevas matrices culturales, que escenifican la interacción de los usuarios de la moda. Repertoriar la morfología y la sintaxis resultantes conlleva a establecerse macroestructuras (Courtes 1996), construidas en torno al discurso teatralizado del vestuario, el cual resemantiza su acción, para fusionar el concepto de personaje con el concepto de identidad comunicante en una acción de auto-representación intencional con recursos ficcionales. La resemantización del vestuario en el escenario cotidiano urbano diseña cuerpos, actitudes y roles, desarrollando significados que una antropología visual de la moda urbana en Lima podría evaluar a par-

tir de las tensiones entre lo vivido y lo construido. Un enfoque psicológico podría buscar en la pragmática de la indumentaria las huellas de lo subliminal, producto del encuentro entre lo individual y lo colectivo.

Para la moda, es importante el impulso de sus usuarios de construir identidades con fines de representación y comunicación, a partir de matrices culturales que reivindican los discursos mediáticos a la vez que actualizan signos que son parte de la cultura o del arte reconocido por el entorno en el cual van a intervenir. En este marco, los diseñadores diseñan mundos – escenarios, con relatos y personajes, que invitan a los usuarios a participar.

#### **MUNDOS - ESCENARIOS**

El carácter testimonial de las expresiones de la identidad es el punto de partida para la representación simbólica del individuo y respectivamente del escenario de su mundo. La moda urbana muestra opciones recurrentes por la escenificación de caracteres y roles a través de una indumentaria con un elevado potencial referencial, que produce efectos asociativos en la memoria de la comunidad. Al emprender un recorrido por los escenarios creados, en busca de características tipológicas, observaremos espacios definidos por diferentes semánticas: la mirada cultural retro, el culto a la belleza, el ritual de la seducción, el estandarte de la

juventud, el mundo de las muñecas, el reino de la extravagancia. Las imágenes de moda que conforman estos territorios ingresan en una cultura urbana diversificada y fragmentada, para plantear nuevas matrices culturales, que escenifican las propuestas de los diseñadores.

### RESEMANTIZACIÓN, REFERENCIA Y ROLES COMUNICACIONALES

El análisis referencial del observador se hace a partir de la organización sistémica / jerárquica de los signos en torno a los valores propuestos (Maingueneau 1989). Una radiografía personal de la configuración del imaginario implícito en el diseño de autor de una colección es el punto de partida para la construcción de indumentaria que asimila la condición del vestuario para proponer modulaciones, multiplicaciones y expansiones de los signos en composiciones tridimensionales.

El diseñador de moda puede construir la identidad de su colección usando un sistema sustentado de referencias, cuyo vínculo con el discurso polifónico de la identidad lo convierte en un discurso que supera los requerimientos del objeto u objetos creados para funcionar como un discurso cuya resemantización diseña actitudes y roles.

### CONCLUSIONES

Para la moda, es importante el impulso de sus usuarios de construir identidades con fines de representación y comunicación, a partir de matrices culturales que reivindican los discursos mediáticos a la vez que actualizan signos que son parte de la cultura o del arte reconocido por el entorno en el cual van a intervenir. Los diseñadores construyen mundos –escenarios, con relatos y personajes, que invitan a los usuarios a participar. La cultura de la moda crea así una comunicación rápida y expansiva, que se beneficia de las condiciones de su vinculación a la interacción humana y a las redes de informaciones y medios sociales. //



UNA MIRADA CULTURAL RETRO.  
DISEÑO DE FÁTIMA ARRIETA.

### REFERENCIAS

- ▶ Courtes, J. ( 1996). *Análisis semiótico del discurso: del enunciado a la enunciación*. Madrid: Gredos.
- ▶ Maingueneau, D.( 1989). *Introducción a los métodos de análisis del discurso : problemas y perspectivas*. Buenos Aires: Hachette.