

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA
FACULTAD DE BELLAS ARTES DE SAN CARLOS • DEPARTAMENTO DE PINTURA



**La estética vestimentar contemporánea de calle de la ciudad de
Salvador, Bahía, producto de creación plástica, expresión de
identidad personal y agente socializador**

Tesis presentada para la obtención del título de Doctor en Bellas Artes

Doctoranda: Isabel Catarina Suzart Argolo
Directora: Dra. Dña. María del Carmen Grau Bernardo

Valencia, primavera de 2009

DEDICATORIA

A mis padres, por todo lo que soy y he conquistado, por haberme enseñado a respetar y a convivir con las 'diferencias' y a quienes debo toda mi instrucción. A mi padre (in memoriam), en especial, por la imposibilidad de compartir esa vitoria personal.

AGRADECIMIENTOS

A *mi tutora*, **Carmen Grau**, por la acogida de mi proyecto doctoral, por su constante incentivo, aportación, dedicación de su tiempo, afecto y amistad.

Al gobierno español, en nombre del Ministerio de Educación y Cultura, por las subvenciones concedidas en los Periodos de Docencia e Investigación.

A todos los baianos anónimos y **entrevistados** que, muy gentilmente se permitieron fotografiar, colaborando con la plasticidad del trabajo. A estos últimos, un agradecimiento especial, pues esta tesis no existiría sin sus declaraciones: **Márcio, Wlândia, Flávia, Oliver, Rafael, Negra Jhô, Levite, Zaqueu, Tío Souza y Jaime Figura**.

A *todos mis amigos*, cuyas palabras de consuelo e incentivo fueran un lenitivo en los momentos en que el desánimo parecía vencer la autoconfianza. En especial, a **Maria do Socorro Mesquita Costa**, auxilio incondicional en todas las etapas del doctorado, dentro y fuera de Brasil. A la pareja **Amparo y Perfecto García**, asistencias vitales en mi estancia en Valencia. A **Raimundo Águila**, por el intercambio de conocimiento e indicaciones bibliográficas. A mi amiga **Rita de Cássia Maia da Silva**, a quien, por su experiencia como ex-doctoranda, profesora de metodología y afinidad temática compartida en la tesis, me prestó gran apoyo coorientándome 'informalmente'.

A *los familiares* que apostaron en mi capacidad y obstinación frente a las dificultades. A los hermanos **Aimar Suzart Argolo, Antonio Jorge Suzart Argolo, Aidê Suzart Argolo do Espírito Santo y Maria Suelena Suzart Argolo Monteiro**. A **Rita de Cássia Suzart Argolo**, *en especial*, por su asistencia 'logística', incondicional y fraternal en todas las fases del doctoramiento. A los sobrinos **Caio Suzart Argolo Lavinsky, Eric Oliveira Argolo y Marcelo Brito do Espírito Santo Filho**. A **Aurice Suzart Dias, Lourdes Rodrigues Suzart, Noélia Rodrigues Suzart y a Marcelo Brito do Espírito Santo**.

A **Mariano José Minguez Asenjo**, funcionario de esta Institución, pieza fundamental en los préstamos, búsquedas de referencias e indicación de lecturas que enriquecieron el contenido de la tesis y, principalmente, por su generosidad y cariño en el auxilio de la revisión gramatical. Mis agradecimientos, también, a **María Paloma Cerdà Palau, Carmen Salguero, Helena David y a José Manuel Sayas Adelantado**.

A todos, mi más sincera gratitud.

MENSAJES

Investigar es ver lo que lo que todo el mundo ha visto y pensar lo que nadie más he pensado.

(Werner Heisenberg, 1901-1976)

Cuide de vuestra gracia, pues aquellos allí no son gigantes, pero molinos de viento y aquello que pensáis ser brazos, son palas que, girando el viento, mueven la muela.

(Miguel de Cervantes Saavedra, 1547-1616)

Yo soy el único espectador de esta calle; si dejara de verla, se moriría.

(Jorge Luis Borges, 1899-1986)

RESUMEN

La estética vestimentar contemporánea de calle de la ciudad de Salvador, Bahía, producto de creación plástica, expresión de identidad personal y agente socializador, título de este estudio, analiza las articulaciones que la cosmética, en cuanto parte de una estética urbana, es capaz de promover en la vida diaria, mostrando su influjo en la práctica de una alteridad entre artista y público, comprendida y ejercitada como 'una necesidad de compartir experiencias capaces de promover cambios positivos en la vida colectiva'. El enfoque principal se dirige hacia la participación de las expresiones vestimentares de la actual ciudad de Salvador, integrante de esa estética urbana y agente clave en este proceso interactivo y socializador. Para verificarlo, examinamos aspectos (materiales y simbólicos) de la cultura en cuestión presentes en estas expresiones, que junto con su originalidad y con la fuerza subyacente del *ethos* baiano, serían señalados los responsables de esta interacción. Además, la correspondencia entre Estética y ética establecida por el acercamiento del artista-obra al público (callejero), es debatida como una *praxis* eficaz en el desbloqueo de los canales perceptivos y ruptura de conductas mecánicas (de este público) cristalizadas por el tiempo, que acarrea significativas transformaciones en la vida social.

Palabras clave: vestido/traje de Salvador (Bahía), vestido/traje de calle, vestido/traje urbano, estética urbana, identidad, cosmética, apariencia, moda, vestido/traje contemporáneo, fiesta, socialización.

ABSTRACT

The aesthetic of the contemporary clothing of the street from the city of Salvador, Bahía, a creative plastic arts product, an expression of personal identity and a socializing agent, the title of this work, analyses how cosmetics, as a part of urban aesthetics, can influence daily life. This influence being demonstrated through its relationship between artist and public, understood and exercisable as 'a need to share experiences capable of promoting positive changes in collective life'. The main focus is aimed at how current street fashion expresses itself in Salvador City as an integral part of urban aesthetics and is a key agent in this interactive and socializing process. In order to verify this let's examine the (material and symbolic) aspects of current Culture within what is expressed that, alongside its originality and the underlying force of Bahian ethos, would be highlighted as being responsible for this interaction. Moreover, the communication between aesthetics and ethics set up by the artist, their work and the public (at street level), is taken up as a point for debate as an effective way of freeing perceptive channels and breaking mechanical behaviour (on behalf of the public) that have been crystallised by time, that implies significant transformations in social life.

Key words: clothing/wear Salvador (Bahía), street wear, urban clothing, urban aesthetics, cosmetic, appearance, identity, fashion, contemporary clothing/wear, party, socialization.

RESUM

L'estètica vestimentar contemporània de carrer de la ciutat de Salvador, Bahía, producte de creació plàstica, expressió d'identitat personal i agent socialitzador, el títol d'aquest estudi, analitza les articulacions que la cosmètica, en quant part d'una estètica urbana, és capaç de promoure en la vida diària, mostrant la seua influència en la pràctica d'una alteritat entre artista i públic, compresa i exercitada com 'un necessitat de compartir experiències capaces de promoure canvis positius en la vida col·lectiva'. L'enfocament principal es dirigeix cap a la participació de les expressions vestimentares de la actual ciutat de Salvador, integrant d'aquesta estètica urbana i agent clau en aquest procés interactiu i socialitzador. Per verificar-ho, examinamos aspectes (materials i simbòlics) de la cultura en qüestió presents en aquestes expressions, que juntament amb la seua originalitat i amb la força subjacent del *ethos* "baiano", serien assenyalats els responsables d'aquesta interacció. A més, la correspondència entre estètica i ètica establerta per l'acostament de l'artista-obra al públic (del carrer), és debatuda com una *praxi* eficaç en el desbloqueig dels canals perceptius i ruptura de conductes mecàniques (d'aquest públic) cristal·litzades pel temps, que comporta significatives transformacions en la vida social.

Paraules clau: vestit/trage de Salvador (Bahía), vestit/ de carrer, vestit/trage urbà, estètica urbana, identitat, cosmètica, aparença, moda , vestit/trage contemporani, festa, socialització.

ÍNDICE

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN	p. 19
2. ASPECTOS METODOLÓGICOS	
2.1. El Acto de Investigar.	p. 31
2.2. La Elección del Método Fenomenológico.	p. 32
2.3. El Examen del Periodo de Investigación.	p. 34
2.4. Descripción del Proceso de Trabajo de Campo.	p. 35
CAPÍTULO 3:	
Apuntes sobre aspectos (físicos, culturales, sociales y estéticos) instauradores de la estetización de lo cotidiano de Salvador.	p. 51
CAPÍTULO 4:	
En torno a una estética de lo cotidiano: la omnipresente creatividad brasileña (baiana) en el espacio urbano.	
4.1. Consideraciones acerca de la experiencia estética en lo cotidiano.	p. 81
4.2. Estrategias contemporáneas de socialización: una proxémica al revés.	p. 102
CAPÍTULO 5:	
Referencias históricas del uso del indumento como expresión identitaria y su vinculación al concepto de estética vestimentar.	p. 123
5.1. La indumentaria en cuanto factor de distinción y recurso expresivo personal a través de la historia. Aproximaciones al concepto de estética vestimentar de calle de Salvador.	p. 131
5.1.1. Otras denominaciones para la desviación indumentar o traje de reacción.	p. 164
5.2. Los otros yos: lúdico, religiosidad y protesta en la construcción de la identidad.	
- La fábula de <i>Pirilampo</i> (o <i>Luciémaga</i>).	p. 174
- Tío Souza, embajador extra-oficial del <i>Pelourinho</i> . Un relato de tipificación consolidada a partir del <i>Candomblé</i> , culto afrobaiano.	p. 189
- La marcha protesta de Jaime Figura.	p. 200
CAPÍTULO 6:	
Espacio, tiempo y movimiento, coadyuvantes de la expresión vestimentar callejera en el proceso de socialización.	

- 6.1. Espacio, percepción y corporalidad. El uso instrumental del espacio en los recorridos, exhibiciones públicas y en la interacción social. p. 229
- 6.2. Reflexiones acerca del espacio, tiempo y movimiento y sus vinculaciones con los conceptos de realidad y virtualidad, en el proceso de emisión y recepción de la obra. p. 235
- 6.3. (Otros) Conceptos de tiempo y de movimiento que caracterizan el vestido (efímero, cotidiano, mimético, casual, imprevisible, vislumbre, ocasional, espontáneo, formal, informal). p. 248
- 6.4. *Pelourinho* (el centro de la ciudad), zona de convivencia social y de intercambios de experiencias (estéticas). p. 261

CAPÍTULO 7:

Las metáforas de la apariencia en las manifestaciones populares. Fantasía, libertad y socialidad: legados de la fiesta y principios de la *estética* vestimentar. p. 275

- 7.1. Consideraciones iniciales sobre el concepto, características y el sentido de la fiesta (*lato sensu*). p. 276
- 7.2. Notas sobre el *Dois de julho*. Tipología y descripción del evento. La importancia de la participación popular en su realización y preservación. p. 285
- 7.3. Estética y socialización en la fiesta. La plástica indumentar del *Dois de julho*: expresión personal y agente socializador. ¿En qué medida el arte funciona como instrumento socializador? p. 297
- 7.4. El sentido de la fiesta y del traje bajo la perspectiva de Hélio Oiticica. Consideraciones sobre los *Parangolés*, vestido-acción-informal inspirado en la cultura popular. p. 317

CAPÍTULO 8:

La estética cotidiana, un producto de la Postmodernidad. La resonancia del concepto no-retiniano (Duchamp) en el planteamiento de la expresión vestimentar. p. 325

9. CONCLUSIÓN	p. 345
BIBLIOGRAFÍA	p. 355
ÍNDICE DE FIGURAS	p. 367
ANEXO – REFERENCIAS DE LAS FIGURAS	p. 375

INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

El universo de las apariencias, habitualmente interpretado como el reino de la superficialidad, ha sido asociado desde siempre a la moda. Podemos así afirmar que moda y frivolidad son sinónimos para una gran mayoría de personas que desconocen su significado social (sobre todo en la actualidad) y que, además, equivocadamente la vincula a la indumentaria.

Como el tema central de este estudio versa sobre el arte vestimentar¹, es imprescindible aclarar inicialmente, las diferencias entre estas dos concepciones que suelen ser empleadas como sinónimos, generando errores de interpretación, demarcando los límites conceptuales entre estos macro y micro universos en los que el vestido está inmerso y puntualizando, a la vez, *la acepción que la indumentaria asume en este texto* definiendo, *a priori*, el tipo de traje que estamos analizando y el contexto en que está situado.

En **La estética vestimentar contemporánea de calle de la ciudad de Salvador, Bahía, producto de creación plástica, expresión de identidad personal y agente socializador**, título que consagra este trabajo, mostramos, entre los varios aspectos de la indumentaria allí tratados, que la moda es un segmento de su totalidad, citada como un paradigma de la estética² en cuestión. Ahora bien, el debate, según lo que propone el enunciado, no se restringe a este asunto, sino a un análisis del vestido en cuanto obra de valor estético, elaborado por artistas anónimos que lo utilizan como medio de expresión y de construcción de su identidad indumentar. Además, la distinción obtenida con esa 'identidad' provista por su 'plástica de carácter espectacular' es, según nuestra percepción, un factor determinante en su desarrollo interactivo con el ambiente por el que deambula con su traje-obra.

¹ El uso de los términos "vestimentar" y su sinónimo "indumentar", es perfectamente admisible en castellano, según la filóloga Dra. D^a Cristina Navarro Laboulais*, y lo justifica: "Es cierto que *vestimentar* no existe en español, pero la formación de este adjetivo, aunque no frecuente, sigue unas de las reglas de formación de adjetivo en español (la terminación -ar aplicada al sustantivo: por ejemplo, ave > gripe 'aviar', caballo > ganado 'caballar'). Esto dice el diccionario María Moliner [...] con respecto al sufijo -ar: 2. Es también sufijo de adjetivos que significan "de" o "relacionado con"; la mayoría de ellos han pasado ya formados del latín: 'anular, auricular', pues el sufijo español correspondiente es "al". [...] Tu propuesta "estética vestimentar de calle" es más económica que la fórmula genuina española que es "estética de la vestimenta de calle" [...], pero yo no la censuraría. Yo no lo considero un error porque entra dentro de la lógica de composición de palabras en español, aunque la palabra sea igual que en portugués. Por la misma razón no se debe considerar un préstamo del portugués y, por eso, no debería ir en cursiva". [*Profesora del Departamento de Lingüística Aplicada de la Escuela Politécnica Superior de Gandía/UPV.]. (NAVARRO LABOULAIS, Cristina <cnavarro@idm.upv.es>. "Vestimentar" [en línea]. 01.oct. 2008. Mensaje electrónico enviado en respuesta a la consulta de Isabel Catarina Suzart Argolo sobre el uso del término "vestimentar", en castellano.).

² A lo largo del texto hemos tratado de diferenciar, con mayúscula, la Estética, rama de la Filosofía, de la estética en cuanto producto de una expresión, estilo artístico y la experiencia que ambos proporcionan a quien los disfruta.

A raíz de una observación sistemática de este *fenómeno* vestimentar (palabra empleada aquí en el sentido de *lo que se revela por sí mismo*) en sus manifestaciones en lo cotidiano de las calles del centro de Salvador y de un interés particular por el universo textil e indumentario, nacido con la *praxis* artística anterior a esta investigación, me he planteado estudiarlo movida por la satisfacción de tratar de un tema familiar, actual y carente de registros. El 'aspecto vivencial' aliado a la 'seducción' por él, fueron puntos de arranque de la investigación y fundamentales en la transmutación documental de una experiencia compartida y atesorada por el trabajo de los creadores de esa 'estética' (los entrevistados) y por el entusiasmo percibido en los escritos de autores que, con misma intensidad, se dedicaron a escribir sobre el universo de las apariencias (del que el vestido es pieza capital), aportándome, ambos, entrevistados e investigadores, relevantes datos para la concreción de este trabajo.

Proporcionar un registro de su producción estética (callejera, cotidiana y 'anónima'), especialmente a *la colectividad local de Salvador* (y, por extensión, a todo el territorio nacional), dándoles a conocer un poco más una parcela de su patrimonio artístico y cultural, fue una experiencia única como habitante, artista e investigadora, por las razones señaladas aquí. A *la comunidad científica en su amplitud*, por la contribución para el conocimiento, divulgación y avance de un estudio inédito y actual sobre *arte e indumentaria*, que sobrepasa intereses locales, límites geográficos, ignorados por el saber. Este legado lo dejamos como material teórico de referencia para estudiantes, científicos y demás interesados por las áreas destacadas y otras afines, como la Sociología y la Antropología, para que les sirva de motivación en la búsqueda de nuevas líneas de investigación.

Es válido destacar la participación de algunos autores en la legitimación del traje como objeto de valor artístico, de su empleo en la elaboración de una imagen personal y en la socialización consecuente de esta imagen. Resaltaría aquí, en esta Introducción, la perspectiva artística con la que el sociólogo francés Michel Maffesoli trata el tema de la estética de lo cotidiano, incluyendo todo lo que está relacionado con la apariencia, poniendo el vestido en relieve. El autor trae al texto la idea maestra de que el arte es un importante agente socializador, al proponer 'una sensorialidad inmanente en lo cotidiano, que es el sustrato de la vida social'. Otras contribuciones respecto a la legitimación estética de temas marginales (como el propio arte) extraídos de lo cotidiano, a ejemplo del vestido, de la moda y de todo lo que esté asociado a la apariencia, han llegado de artistas como Baudelaire. Esta aportación también he encontrado en otros dos autores, Malcolm Barnard y Patrice

Bollon, ambos dedicados al estudio del vestuario y a la defensa de que el traje puede ser utilizado para “crear y expresar una singularidad individual” (Barnard, 2003: 93). En la literatura tenemos en Oscar Wilde (en “El retrato de Dorian Gray”), la constatación de que nuestro 'exterior' desvela lo que 'somos'. En 'sólo un necio es indiferente a lo que las apariencias dicen', el autor nos brinda con una sentencia concluyente para lo que buscamos expresar a través de 'la estética indumentar personal', porque pone de relieve la *función comunicativa de la apariencia* con todo lo que ella es posible de conllevar – el traje, el peinado, el maquillaje y los accesorios.

El influjo del arte como agente diferenciador de la estética vestimentar contemporánea de calle y su interfaz con el público de este espacio, en la ciudad de Salvador, es lo que representa, en otros términos, este sondeo teórico. La estética en cuestión, revela los vínculos entre arte-cotidiano-expresión indumentar y artista-público callejero, de esta ciudad, cuya plasticidad y carácter interactivo son la traducción de cuestionamientos, inquietudes y búsqueda por incursiones originales en el campo Estético, inherentes al espíritu y al trabajo creativo.

El **Capítulo 3** (considerando la Introducción como el primero y la Metodología, el segundo) está dedicado a la descripción de la fisonomía geográfica, cultural, estética y etogénica³ del lugar estudiado, privilegiando, en este esbozo, aspectos precisos acerca de su realidad física e inmaterial, desconocidos para la mayoría de los evaluadores y pretensos futuros lectores de esta disertación.

En las descripciones de los lugares, eventos y situaciones, se ha puesto énfasis sobre su estética, buscando enseñarles rasgos que puntualizan la plasticidad allí manifiesta en formas, colores, texturas, luz y otros datos perceptivos que refuerzan la sensualidad y complejidad características de la vida natural, cultural y cotidiana, resaltadas en discursos de autores como Maffesoli y Baudrillard.

La idea principal del capítulo es mostrar que este conjunto de aspectos que identifican la Ciudad y particularizan su cultura, son moldeadores del *ethos* baiano y se revela en sus múltiples expresiones estéticas como un importante factor de socialización.

Los capítulos subsiguientes proseguirán con estos temas e ideas, profundizándolos. El **Capítulo 4**, por ejemplo, tratará de mostrar la presencia constante de la creatividad en la rutina del brasileño, ilustrando con ejemplos, la espontaneidad con que ella se manifiesta en pequeñas acciones y circunstancias triviales de la vida diaria. No se pretende, con eso, ir en defensa de un localismo que abogue para nuestro pueblo, un atributo que es inmanente al ser humano, pues

³ Etogenia, etografía o etognosia, es la descripción de las costumbres, pasiones y caracteres humanos.

resultaría improcedente. Por ese motivo, serán mostrados registros extraídos de la observación del día a día, en las calles, para explicar esa necesidad casi visceral, como una peculiaridad del *ethos* local. En otras palabras, diríamos que hay un propósito por encontrar una aproximación terminológica entre *brasilidade* y *baianidade* (lo que es ser brasileño y baiano, respectivamente) en la que la creatividad surge como elemento mediador de esta conexión.

La amplitud y uso indiscriminado del término *creatividad* muchas veces adoptado para traducir cualquier quehacer o actividad desarrollada *sin fines estéticos*, o que se justifique como tal por desviarse de los patrones habituales de elaboración, nos obligará a establecer una episteme que lo vinculará al arte, evitándose una 'doxa' que comprometa el sentido en que fue aplicado. La noción de *experiencia estética* se orientará por este criterio, no obstante, su significado, así como el de *estética*, retoman del concepto de arte-vida la esencia natural de la creación, para demostrar que ambas - creatividad y Arte - sobrepasan la visión elitista y maniquea predicada por las instituciones académicas, de que la calidad de las expresiones humanas debe ser determinada en función de su procedencia.

El uso distendido de la palabra Estética, en vez de Arte, es la demostración de una actitud de acogimiento a toda y cualquiera forma de expresión y, a la vez, una postura opositora a la idea de categoría (arte mayor/menor; arte/artesanía; arte erudito/popular), valor (de mercado) y de estilo difundidas e impuestas por la Academia. Esa postura indica, además, una manera de entender que *la creatividad*, en su esencia, se manifiesta en todos los espacios, sean ellos oficiales (instituciones oficiales vinculadas al arte) o no-oficiales (como calles y plazas) y por medio de múltiples expresiones. Y para ratificarla, elegimos algunos conceptos de *Estética* que lo demuestran.

Esta omnipresencia de la creatividad, por otro lado, ha facilitado el debate sobre una supuesta relación entre *una estética presente en lo cotidiano* y el impulso creativo que la produce y que moldearía el *ethos* local. Inequívoca, la correlación entre estos términos (estética, cotidiano) y el concepto de *arte-vida* rescatado de principios del siglo anterior, viene explicar el presenteísmo, es decir, la *trivialidad* y las modulaciones que la creatividad adquiere en cada contexto donde se manifiesta en lo cotidiano. El concepto arte-vida figura aquí como uno de las aportaciones y principales referencias de la Modernidad para la construcción del discurso postmoderno, que será debatido con más detenimiento en el último apartado. El *objeto* es introducido en ese contexto, como el elemento responsable por la penetración de la estética en lo cotidiano, a través de la exploración y apropiación de sus formas, texturas, colores, puestas en marcha, precisamente, por la motivación de

crear, de revestirlo con nuevo ropaje.

La singularidad conferida a estos productos es, según presumimos y proponemos demostrar, la razón del acercamiento entre los individuos, fenómeno al cual designamos de 'proxémica al revés'. La atracción que, inicialmente fue introducida por objetos comunes que tuvieron su aspecto transformado por un 'aura estética', es enseguida transferida a un objeto en especial, *el vestido*, principal protagonista de este debate y, por lo tanto, de los capítulos subsiguientes. La expresión señalada ('proxémica al revés') se refiere a *él*, a los procesos de socialización incitados por algunos individuos que lo utilizan como recurso de creación con fines a la producción de una imagen indumentar estética y exclusiva. *Normalmente*, estos procesos se engendran a partir de una atracción por la semejanza y suelen estar vinculados a *grupos* (cf. Maffesoli, las tribus urbanas), no a *individuos*. El texto busca demoler esa premisa, mostrando que la desemejanza, igual que la afinidad en la apariencia de los individuos (entiéndase aquí, de sus *trajes*), es factor de aproximación, y que este contacto se realiza, efectivamente, fuera de un grupo, entre tan sólo dos individuos. Se busca, sobre todo, atribuir al aspecto 'sensible', estético, de esta indumentaria, la razón de ser de estos vínculos. En otras palabras, se intenta demostrar la preponderancia de sus valores sensibles en el desarrollo de estos intercambios.

El **Capítulo 5** prosigue con la idea del influjo de esta estética vestimentar en la socialización de los individuos *en el contexto del espacio urbano*. La preocupación inicial es destacar la participación de esta indumentaria en la composición de la estética de lo cotidiano, buscando, en un primer momento, resaltar las características sensibles que la distingue de la vestimenta trivial y la exenta de cualquier rasgo de elaboración creativa. Este designio prosigue acogiendo sus referencias desde la historiografía de la indumentaria, para enseguida tratar de los intercambios proporcionados por ella, así como, de su vínculo a un complejo sistema simbólico en el que están implicados Estética y Recepción, o bien, *identidad* y *alteridad*. Tras el análisis de discursos que atribuyen el intercambio social a algún tipo de *afinidad en la apariencia*, específicamente en la *forma de engalanarse* (tribus y grupos urbanos), lo *diferente* y lo *común* son presentados en este capítulo como agentes de *una socialidad construida en bases estéticas* (no *maniqueas* como estos términos puedan sugerir) y en una relación de alteridad en que la parte receptora (el transeúnte 'común', que se viste de modo usual) es *naturalmente* atraída por la otra, emisora, estéticamente elaborada, que son los creadores de dicha *estética*.

La inclusión de la historiografía de la indumentaria tiene como propósito mostrar que el

traje ha sido, desde el pasado, no sólo un medio de expresión personal, sino sobre todo, un expediente utilizado por los individuos para reaccionar a un patrón preestablecido y consensuado en la manera de vestirse socialmente, adoptando, para eso, una *cosmética*⁴ particular.

Según Maffesoli⁵, *cosmética* tiene un sentido amplio y está relacionado a la pintura corporal, al tatuaje, al uso de aderezos. Se verificará que en cada periodo o década de la historia, esta expresión indumentar ha recibido diferentes substantivaciones que, aliadas al concepto de *moda*, se prestan como paradigmas para la *estética vestimentar de calle*. Por otro lado, el enfoque de este estudio se dirige, especialmente, hacia los intercambios establecidos por sus agentes creadores con el público callejero, en los límites territoriales de Salvador actual. En este marco, se inscribe, por una parte, la *atención sobre la creatividad popular* defendida como un trazo del *ethos* local (al que definimos como el *modo de ser*, forjado por la cultura) que justificaría la presencia de una estética (*lato sensu*) diseminada en lo cotidiano. Por otra, el *experimentalismo*, que se destaca como herramienta metodológica de exploración de esta creatividad orientada hacia la construcción de una producción indumentar original e insólita, observando, a la vez, afinidades de esta producción con estéticas y proyectos artísticos que adoptaron igual procedimiento.

El punto álgido del capítulo se alcanza con la aportación de los productores de la estética vestimentar sobre su proceso creativo y sus testigos acerca de motivaciones y experiencias junto al público, por las calles de la Ciudad. En cada uno de los tres principales relatos, se pone en evidencia algunos de los trazos que juzgamos identificadores de nuestra cultura y de nuestro *ethos*, subrayando los elementos que individualmente caracterizan estas producciones.

El capítulo finaliza admitiendo que, si bien la búsqueda por una *identidad* vestimentar no sea una práctica actual, lo que sus idealizadores aportan como innovación, es resultado del uso de nuevas técnicas y de la manera peculiar con que manejan los patrones y las técnicas tradicionales (de pintura, teñido, estampación y costura), para plasmar aspectos simbólicos del *ethos* local y

⁴ De acuerdo con Martinet (1974), la palabra cosmética es empleada, aquí, no de modo restricto a los productos de belleza para el maquillaje, sino también, a los perfumes, peinados, indumentaria, bisuterías, etc. En un sentido más amplio, Lichtenstein (1989, p. 50), relaciona la cosmética a "*toutes les activités qui ont en commun de recourir à des artifices pour feindre la vérité et teindre la nature, toutes les techniques de maquillage, de teinture et de peinture, c'est-à-dire l'ensemble des arts de l'ornement et de l'agrément, aussi bien ceux du corps que du décor, du visage que du vêtement, du discours que de l'image*". ("Todas las actividades que, en común, recurren a los artificios para simular la verdad y teñir la naturaleza, todas las técnicas de maquillaje, de teñido y de pintura, es decir, el conjunto de las artes de la ornamentación y de la atracción, tanto del cuerpo como de la decoración, del rostro como de la vestimenta, del discurso como del imagen"). En LICHTENSTEIN, Jacqueline, *La couleur éloquente*, Paris: Flammarion, 1989, citada por MAIA DA SILVA, Rita de Cássia. *O negro espetáculo. O bloco afro Ilê Ayê na resignificação e recepção da imagem do negro em Salvador*. Tesis doctoral. Salvador, Universidad Federal de Bahía. Facultad de Comunicación: 2003. (Traducción al castellano, por Catarina Argolo.)

⁵ Cf. Maffesoli, 1996, p.167.

conferir aquella identidad, importante función socializadora.

Esta experiencia estética proporcionada al público por sus creadores, revela la potencia expresiva y comunicacional de su *conjunto cosmético*, del que el *vestido* es pieza principal. Habiendo definido la vestimenta como tal, el **Capítulo 6** buscará mostrar la correlación entre el binomio tacto/ambiente urbano y los procesos de intercambio entre los promotores de la estética vestimentar con el público callejero. Investigará en qué medida determinados espacios actúan sobre el desarrollo de estos intercambios, mostrando que en unos la convivencia es más factible y frecuente que en otros. Dentro del perímetro urbano, el Centro de la ciudad (el *Pelourinho*), zona demarcada para la investigación, será presentada como el gran plató de exhibición para estos creadores y, por lo tanto, la principal mediadora de contactos. El espacio de convivencia es tratado en su dimensión simbólica y ontognoseológica, conferida por la naturaleza de los cambios que se efectúan en él y por lo que se le aprehende y se conquista de una forma muy subjetiva.

La relación del cuerpo con el espacio, tónica del capítulo, pone en evidencia el papel de las vías perceptivas, específicamente, del tacto (activo) en el proceso de intercambio entre el individuo y su entorno, introduciendo, con la *proxemia*, concepto-base de esta correspondencia, la noción de uso racional y orientado de la corporalidad en su relación con los espacios físico e individual (entiéndase este también, como espacio social), realizándola como una aportación decisiva en estos intercambios. Ahora bien, el *espacio* es concebido como un agente mediador de comunicación y un medio por donde los individuos amplían su capital social. El desplazamiento del lugar del arte para el espacio urbano, la virtualidad puesta en contraste con la experiencia de lo real, son otros temas relacionados con la socialización, que tienen el propósito de resaltar la estética de lo cotidiano como un factor de aproximación entre los individuos.

A lo largo del capítulo, los conceptos de espacio, movimiento y tiempo merecerán el análisis de trazos particulares que cada uno asume en su vinculación con la estética vestimentar: del movimiento, fuerza motriz del vestido, se subrayará su origen a partir de la exploración territorial del espacio por el cuerpo-*vestido* y el debate filosófico sobre el valor subjetivo de esta experiencia fenomenológica para las partes implicadas que son el *performer* callejero y el público. El tiempo es visto desde su potencialidad como materia de investigación teórica a partir de las circunstancias espacio-temporales en que *el vestido* se manifiesta como obra-acción en el ambiente callejero.

Destacada la potencia socializadora del espacio 'estetizado' por las expresiones manifiestas en lo cotidiano, el **Capítulo 7** se dedicará a ilustrarlo, fijándose en características

inmanentes a la *fiesta* que concurren para el intercambio entre los individuos, declarándose un punto de referencia en este proceso. Suponiendo que entre estas características socializadoras se encuentra *la construcción de una identidad estética* vestimentar *especialmente elaborada para el evento*, persistimos, a partir de este dato, en la idea original de que en este caso, la apariencia (el vestido) actúa como un vector esencial para el desarrollo de esta interactividad. Esta relación entre fiesta, vestuario e interacción será ilustrada con la celebración cívica baiana, el *Dois de julho*, destacándole la producción indumentar inspirada en su tema, la Independencia de Bahía, con sus personajes más representativos y simbología propia. Si serían estos sus elementos constituyentes, los formadores del *ethos* de *baianidade* y afianzadores de los intercambios entre los partícipes de la fiesta, es un asunto que será debatido a lo largo de esta exposición.

Las concepciones y categorías de *fiesta* son expuestas con el intento de resaltarle sus elementos integrantes y fundamentales a la socialización, de exhibirle como una producción (colectiva) de lo cotidiano, señalada por una 'agrupación de afectos' y emociones en torno a un ideal alcanzado y celebrado, cuyo principal fruto es la idea de cohesión de los participantes en torno a una identidad específica. Con base en esa premisa, el capítulo mostrará que la imagen personal vestimentar idealizada para la fiesta es una forma de elaboración de esa identidad. Una de las cuestiones que se ambiciona explicar es qué dispositivo de la estética (indumentar) actúa en el desarrollo del intercambio de los sujetos, considerando los distintos contextos en que esta comunicación se define, en lo cotidiano de la calle, subordinado a reglas y, en la fiesta, donde ellas simplemente no existen.

Un análisis más detenido sobre la ontología de la fiesta explicará sus ilaciones con el arte, desde su origen mítico, hacia aspectos como la motivación natural para la creación de identidades, en la que se incluiría la creación de una indumentaria idealizada para el evento, la escenificación de los roles y la ornamentación del lugar donde ella ocurre.

La introducción del proyecto artístico del artista brasileño Hélio Oiticica, mostrará la vinculación entre el dúo fiesta/traje y ciertos principios del arte, poniendo de relieve los logros que se puede alcanzar a través de la experiencia de ambas expresiones – fiesta y arte –, entre los que se destacaría, el descondicionamiento de comportamientos repetitivos, la profundización en uno mismo (para la conquista del autoconocimiento) y la amplitud perceptiva, todos ellos proporcionados por la vivencia estética y la puesta en práctica de las vías sensoriales.

La utilización de la vestimenta como herramienta de creación, específicamente en la

confección de una imagen personal y desvinculada de la moda, ha marcado un periodo que se inició en fines de la Modernidad y que se extendió hasta la Postmodernidad, conquistando en esta, un espacio asimismo en los proyectos de diversos creadores. En función de su vínculo a estos dos periodos históricos, se buscará destacar lo que hubo de más representativo en cada uno de ellos en los programas dedicados a la elaboración de una estética del indumento. Nuestra propuesta, en este **último capítulo (8)** será, entre otras, crear una aproximación entre los ideales de Modernidad y Postmodernidad, definiendo los elementos y dispositivos immanentes a ambos que están integrados a la estética de lo cotidiano, y discernir cuáles de ellos pueden haber contribuido a la creación de una expresión indumentar personal.

El paralelismo entre lo que significan arte, artista y producto artístico, en la actualidad, y lo que estos conceptos legitimados y difundidos por los sectores institucionales han representado hasta la Modernidad, bien como la indicación de referencias históricas como Duchamp, o aún, la exploración del cuerpo en los programas estéticos de la Postmodernidad, son todas cuestiones fundamentales para la comprensión del momento artístico vigente, porque han inaugurado una nueva forma de pensar y hacer Arte.

Entre las demás atribuciones conferidas a este capítulo, está la aclaración de conceptos y definición de modelos, sean de proposiciones estéticas individuales o colectivas, que se presten a una idea concluyente de lo que representa la expresión indumentar de calle dentro del contexto de las manifestaciones creativas de lo cotidiano.

El capítulo se finalizará enseñando a través del trazado de la Modernidad y de la Postmodernidad, donde se observa el origen de la busca por la diferenciación a través de la indumentaria, valiéndose de la moda, con su tendencia a la uniformización del vestir, como principal paradigma en este debate.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1. El Acto de Investigar.

Introducir puntos de vista sobre una metodología que apunte nuevos caminos para la investigación y que contemple una postura más flexible con respecto a sus métodos tradicionales y sondeo temático, implica en la aceptación de métodos particulares, en la adopción de caminos más subjetivos, sin todavía desviarse de orientaciones legitimadas. Estos nuevos métodos traen consigo técnicas y modos de construir el conocimiento de forma más espontánea, intuitiva, inspirándose, de cierta manera, en la práctica vivencial del hacer artístico.

Con la afirmación de que el arte era una experiencia extra-metódica de la verdad, Gadamer nos lleva al entendimiento de que la investigación en esta área debe rebasarse con la coherencia, buscando una aproximación metodológica a la *praxis* artística.

Algunas consideraciones sobre el carácter de la investigación no pueden ser escamoteadas por el rigor al cumplimiento del método científico, ni por una aspiración ciega por la verdad. Un estudio desarrollado en el campo estético (filosófico), por ejemplo, debe estimar la naturaleza sensible y simbólica del objeto analizado y empeñarse en tratarlo a la luz de la *razón* que conduce a la verdad científica y de la *subjetividad* que auxilia al entendimiento e interpretación de los resultados obtenidos en la investigación. Por tanto, creemos que la tan aspirada 'verdad científica' se alcanza, en el terreno de la subjetividad, cuando se la comprende como un terreno de características muy peculiares, que difiere de gran parte de las demás áreas del conocimiento humano. Sólo así es posible alcanzar una coherencia entre esta 'verdad' y el 'carácter congénito' del objeto estudiado. Por otra parte, no podemos olvidar que la ciencia está edificada sobre el mundo vivido, las vivencias cotidianas del ser humano y sobre éste en su relación con el mundo natural.

La ausencia de una metodología específica en el campo de las artes es normalmente apuntada, por los artistas, como un problema, principalmente para la investigación empírica. No obstante, si seguimos los caminos de la *praxis* creadora y nos apoyamos sobre bases teóricas racionales, encontraremos un método original, particular, que nos asegure resultados satisfactorios. La colaboración de una metodología nacida del universo artístico, en este caso, se aplicaría no sólo a los estudios desarrollados en su propio dominio, sino que aportaría a aquellos que exigen del investigador un posicionamiento acerca de su objeto, en que implicara una coordinación entre

'elementos sutiles' e 'intuición', ofreciéndole más libertad respecto a la imparcialidad científica. De ello resultaría la adopción de una postura subjetiva perfectamente compatible con la conducta científica.

En este caso, la intuición y el azar serían algunos de los elementos inspiradores de la *praxis* artística con que contaríamos, además del estudio profundizado sobre el tema elegido, en la búsqueda de soluciones, en la elaboración de técnicas y métodos particulares que coordinados con la objetividad y precisión del método científico, permitan a los investigadores, la elaboración de un lenguaje particular.

Lo que no debe ser olvidado es que la investigación debe tener la 'identidad' de su mentor, que comienza desde su trazado original, marcado por sus motivaciones personales y aspiraciones profesionales. Algunos autores como Byington (2004)⁶, reclaman por estas marcas personales, que se definen en el propio contexto de la investigación, en la exposición temática y en el tratamiento especial que es conferido al objeto de estudio y al lenguaje por él empleado.

El trabajo científico mismo, con todo el rigor de sus reglas, debe 'tener una identidad' que refleje la postura, emociones y expectativas de quien lo ejecuta, además de revelar la relación que esta persona tiene con el mundo académico, sus intereses en prestar una colaboración que se extienda más allá de estas fronteras, con pretensiones de llenar huecos en los campos relacionados con su 'historia, cultura y sociedad'. En este sentido, es importante valorar los comportamientos y opiniones de personas que, de una forma muy subjetiva, con su trabajo de creación, colaboran para que 'este trinomio' sea constantemente recordado y renovado. Estas personas a quien nos referimos, son las que tomaron posible esta investigación y fueron las responsables directas por la existencia del objeto de estudio. El resultado de ese trabajo es, por lo tanto, una perfecta combinación entre las voces del investigador y de sus colaboradores.

2.2. La Elección del Método Fenomenológico.

Enfocado en un 'fenómeno', como preconiza el Método, este estudio se ha propuesto elucidar sobre su manifestación, a partir de las declaraciones de sus agentes productores.

⁶ Carlos Amadeu BOTELHO BYINGTON es médico psiquiatra y analista junguiano, nacido en São Paulo, Brasil. Ha publicado artículos y libros, entre los que están *A construção amorosa do saber – Fundamento e finalidade da pedagogia simbólica junguiana* (Editorial W11, São Paulo, 2004) y "Emocionar para ensinar", *Revista Viver Psicologia*, São Paulo. n° 134. Año XII. p. 8-11, Marzo, 2004, ambos tratan de la recuperación de los *sentimientos, emociones* y de la *subjetividad*, banidos del contexto educacional por un cientificismo marcado por el reduccionismo y la objetividad. (Cf. el contenido de su trabajo, disponible en castellano, en la web: <http://www.carlosbyington.com.br/es_home.html>) [Acceso en: 20 mayo 2008].

El énfasis sobre la experiencia y la manera como ella se manifiesta, ha sido una de las cuestiones fundamentales propuestas por este Método y que hemos considerado en su elección.

Esta experiencia vino de la *praxis* artística de anónimos que se han dedicado a la construcción de una identidad vestimentar. Su forma individual de sentir, de ver, de interpretar el mundo y de trasponerla a su estética, bien como la singularidad de sus vivencias como performers por los diversos espacios urbanos en que deambulan, nos dio la dimensión ideal de su adecuación como herramienta metodológica. Al buscar la esencia de vivencias semejantes, el Método nos ha facilitado centrarnos en el *sentido* que tuvieron para cada uno de estos creadores en función de la respuesta que obtuvieron del gran público callejero.

La Fenomenología en cuanto método empírico y modalidad especial de investigación cualitativa que preconiza, entre otras prácticas, la participación activa del investigador en todo el proceso de estudio, nos ha posibilitado intercambiar experiencias estéticas y subjetivas con los agentes productores del fenómeno vestimentar analizado. Esta circunstancia, marcada por una empatía compartida por investigador e investigados, fue vivida durante el proceso de recopilación de datos *descriptivos* acerca del 'fenómeno', en el que se realizaron el registro y el comentario de los relatos de cada uno de estos agentes, de voz 'viva'.

La eficacia para tratar la 'exclusividad', en razón de su naturaleza *subjetiva*, torna el método fenomenológico en la herramienta apropiada al terreno Estético, dominio de lo sensible y de la comunicación no-verbal, en conexión a otros como lo del afectividad y de la solidaridad, ambos desarrollados a lo largo de este texto. Giorgi (1985) corrobora la adecuación del Método a los estudios concernientes a las 'subjetividades' cuando señala que una de sus funciones es "emprender investigaciones sobre los fenómenos humanos"⁷, refiriéndose precisamente a 'situaciones particulares' descritas por las personas que las vivieron y las compartieron con otras. Al centrarnos en la descripción y subjetividad de dichos relatos, hemos podido observar datos y pormenores sutiles que normalmente dejamos escapar durante su registro. Esto significa, para la Fenomenología de Merleau-Ponty (1975), ceñirse a las esencias de la percepción y de la conciencia, y a partir de ellas tratar de comprender el ser humano en su relación con el mundo, documentando sus vivencias, sin atenerse a su origen psicológico ni a elucidaciones sobre el fundamento de los hechos (Ibid, p.7, adaptado). Siendo, pues, la esencia aquello que particulariza el fenómeno y la Fenomenología un estudio *cualitativo fundado en ella*, ninguna otra herramienta metodológica podría tratar de

⁷ Citado por Daniel Moreira, en *O método fenomenológico na pesquisa*. Pioneira-Thompson, São Paulo: 2002. p. 110.

cuestiones referentes a pormenores que dan 'individualidad' a cada declaración, entre los cuales, variables de ambiente, de nivel de formación y de clase social a que el fenómeno estético es susceptible. Dicho eso, subrayamos que la peculiaridad de la estética analizada no se manifiesta estrictamente en su naturaleza estética, sino que está (o puede estar) estrechamente vinculada a factores externos – sean ellos ambientales o de comportamiento –, sobre los cuales sus agentes productores no ejercen ningún control. Esta *falta de dominio* sobre el objeto estudiado, fue otro aspecto del Método que hemos observado a la hora de elegirlo.

2.3. El Examen del Periodo de Investigación.

Realizado en septiembre de 2003, este examen que funciona previamente como lo que sería la defensa pública de la tesis, fue una oportunidad única de oír críticas y orientaciones que indicarían un recorte más preciso de la línea de estudio.

El material presentado en esta ocasión con el título: *El vestido, un objeto informal, obra de arte en acción*, contenía una noción de lo que se plantearía para la tesis, pero aún le faltaba el trabajo de campo necesario a su definición y que solo se realizaría en Brasil, lugar donde se desarrollaría el trabajo.

Recibido el *visto bueno* de la 'Memoria de la tesis', comencé una de las más difíciles tareas, que fue localizar a los entrevistados, como quien tamiza gemas. Idéntica dificultad fue encontrada al buscar el material teórico, en vista de que había poca información con respecto al objeto analizado. Con más lectura, he dado cuenta que la raíz de este problema estaba en las diferentes terminologías aplicadas al mismo fenómeno vestimentar. Pero a pesar de eso, persistía la dificultad de la carencia bibliográfica y que fue remediada con la adopción de fuentes teóricas más recientes, como periódicos y revistas especializadas o que poseen una sección dedicada al vestuario.

En relación a que estaba tratando un tema poco desarrollado por la Sociología y la Indumentaria, menos todavía por la Estética, he buscado autores que aportasen una amplia y actualizada visión del tema de la apariencia como un fenómeno socioestético, contemporáneo y universal, que posibilitara a que nuestra investigación asumiera un carácter más cosmopolita y menos territorial, como 'aparenta' ser. Igual criterio fue adoptado respecto a *una parte* del material teórico de apoyo. El principio acogido *en la otra*, privilegió textos clásicos de Filosofía (Estética) y

Sociología de algunos filósofos, sociólogos y antropólogos, de línea francesa, muy enterados de la cultura brasileña (Baudrillard), sobre todo, de la realidad baiana (Maffesoli) y que fundamentaron todo nuestro discurso. Su postura exenta, como extranjeros, contribuyó de modo significativo en el entendimiento de aspectos sobre nuestro *ethos* y en la observación de fenómenos imperceptibles para nosotros, fuera en función del acelerado ritmo de la vida cotidiana o, simplemente, por su carácter muy usual.

La sugerencia de los jurados del examen de investigación, de adoptar un determinado autor y centrar en un determinado enfoque, significó la adopción de una directriz y la reconsideración, a la vez, de los posicionamientos y reflexiones iniciales.

2.4. Descripción del Proceso de Trabajo de Campo.

- **Definición del objeto /Problema de la investigación/Cuadro teórico de referencia/Hipótesis.**
- **Observación (Técnicas de investigación)/Muestra (técnica no probabilística)/ Técnicas de recopilación de datos (entrevista/historia de vida).**

a. Objeto

Desde el inicio del siglo pasado (1917) cuando Duchamp propuso un orinal como obra de arte, posponiendo el tradicional cuadrilátero, hemos asistido a la inauguración de una nueva etapa del arte en la que el artista podía permitirse experimentar otros soportes y huir de las convenciones de la Academia. Más adelante, en los años 70, Joseph Beuys emprendió otra transformación, afirmando que todas las personas eran potencialmente artistas y que los espacios del arte ya no eran más aquellos institucionalizados y consensuados por la gran mayoría.

La estética vestimentar se pauta sobre enfrentamientos semejantes, porque usa la calle como espacio de exposición y por tener como artistas-idealizadores, anónimos sin formación académica, aunque con aguzado sentido estético. A partir de este marco, hemos reunido los datos fundamentales a la construcción de un discurso que se ajustara a la noción de que la estética, *lato y stricto sensu* (a este se aplica la indumentaria), es factor de socialización y que ella se hace presente en lo cotidiano, en pormenores que muchas veces pasan desapercibidos a una mirada poco atenta o perjudicada por el hábito.

En la etapa del Trabajo de Investigación, el objetivo era legitimarla como obra estética,

buscando acercarla a proyectos similares desarrollados por artistas reconocidos como tales. En un análisis más profundo sobre el tema, durante el periodo de observación en la calle, nos percatamos del fenómeno de la socialización producido por el aspecto espectacular de esta indumentaria, conferido por su plasticidad. Los datos obtenidos de las entrevistas sumados a la observación, nos llevaron a investigar si podríamos considerar este aspecto como el principal agente facilitador de interactividad en lo cotidiano de las calles de Salvador.

b. Cuadro teórico de referencia

La problemática de la construcción de la identidad en el mundo contemporáneo es un tema de carácter multidisciplinar, donde confluyen varios segmentos académicos, como la Antropología, la Filosofía, la Psicología, el Arte, la Sociología, y sociales, a través de la militancia de colectivos que estudian cuestiones relativas a 'género', a la ecuanimidad de los grupos étnicos, etc..

Observamos que este trazo *interdisciplinar*, asimismo inherente *al objeto*, nos permitió percibir sus afinidades con las áreas de la Sociología, la Antropología, la Historia (de uno de sus segmentos, la historiografía de la indumentaria) que, compaginados a la *Estética* (a través de la Filosofía y del Arte), nos proporcionó el léxico, datos e informaciones fundamentales a la construcción de esta disertación.

Ahora bien, a nuestro entender, en la estética indumentar, esa elaboración de la identidad se formaliza cuando es plasmada en producto artístico, a partir de las experiencias personales de cada uno de sus agentes creadores (o de su historia de vida, tal como defendía Beuys), en las que incorpora elementos de su cultura como matriz productora de esta identidad.

Al calificar esa indumentaria como un producto artístico, la entendemos, a la vez, como una manifestación de la creatividad humana, parte integrante de la cultura, un sistema organizado en torno de elementos plásticos constitutivos y una aportación técnica necesaria a la labor creativa. Y a la cultura, como un conjunto simbólico (inmaterial) y material, que contribuye para la formación del *ethos* de un determinado pueblo, nación, comunidad o un pequeño grupo, en el que se inscriben creencias, costumbres, hábitos, sistemas políticos, religiosos, etc., y que *lo 'comunica'* entre sus miembros (Sapir, 1921). Todo ese aparato llamado cultura, se resume en “un sistema de significaciones aplicadas en las interacciones individuales” (Cuche, 2002: 93), o en palabras del autor, 'cultura es un sistema de comunicación' (Ibíd.).

Conviene resaltar la referencia conceptual de estética con la que hemos fundamentado el

discurso sobre la vestimenta callejera en cuestión. Las pautas básicas aquí empleadas, provienen de teóricos como el estadounidense Dewey (1949), que da una dimensión fenomenológica a la idea de lo estético cuando lo relaciona al acto de percepción y goce: “La palabra 'estético' se refiere [...] a la experiencia, en cuanto que es estimativa, *percipiente*. Denota más bien el punto de vista del consumidor que del productor” (Id., ibíd.: 44). El autor pone en evidencia que es el sujeto *percipiente* quien confiere esteticidad a lo que ve, sin cualquier influencia de concepciones previas. Esta visión de lo estético permite localizarlo en varios contextos que no sean aquellos 'institucionalizados', incluso, en los meandros y detalles imperceptibles de lo cotidiano. Maffesoli nos lo ha enseñado de manera semejante, valiéndose de una perspectiva *vitalista* según la cual “existe una creatividad popular, una creatividad del sentido común, una creatividad instintiva [...] que sirve de sustrato a las diversas creaciones sociales” (1996:29), poniendo de relieve el presenteísmo del arte y remarcando, con la recurrente expresión *Homo estheticus*, nuestro potencial creativo y sentido estético. Noción similar se encuentra en la *teoría de la formatividad* de Pareyson (1986:36) para quien “hay arte en toda actividad humana”.

La estética, desde la percepción de este *corpus* teórico, está en la vida, en lo cotidiano, en múltiples expresiones creativas y, como bien observa Maffesoli, en la apariencia: “la ciudad es seguramente el lugar donde se deja ver la expresión imaginativa más desenfrenada. Todo contribuye para eso, multiplicidad de vestimentas [...] La vida urbana es así mismo de las apariencias” (Id., p.159). El autor ratifica nuestra hipótesis de que el traje es un vehículo de comunicación, una muestra de que su 'personalidad' (en oposición a la 'individualidad') se inscribe en 'un vasto juego simbólico, exprimiendo una forma de interactuar con el otro, es decir, de establecer relaciones de alteridad, haciendo sociedad' (Id., p. 161, adaptado). La estética (indumentar, añadimos) es, en suma, factor de cohesión, de socialización.

Siendo estos indicadores la base argumentativa en que se ha fundado este discurso, he propuesto un análisis estético-culturalista de la *estética* vestimentar *de calle*, en la que Arte (Estética) y Cultura (apoyadas por las demás disciplinas mencionadas) fuesen sus principales vías de comprensión, a partir de las conductas de los individuos en lo que ellas representan como una disposición natural y variada para interrelacionarse y, a la vez, como 'formas de ser' (*ethos*) manifiestas en su identidad indumentar y/o en otras expresiones cosméticas: peinado, maquillaje, arte corporal (pintura, *piercings*, ensanchadores, tatuajes) y accesorios. Para verificar la validez de dicho discurso, fueron observados los dispositivos formadores de la cultura que intervienen directa o

indirectamente tanto en este modo de ser⁸ como en el *modus faciendi*, ambos modeladores de una imagen personal que influye en la socialización de los individuos. Y siendo el *modo de hacer* derivado del *modo de ser*, no puede ser analizado aisladamente.

A partir de estos razonamientos y de la apreciación de su indumentaria, le atribuimos una *potencia socializadora manifiesta*, otorgada por su *carácter plástico distintivo*, que facilita a sus creadores un acercamiento recíproco entre ellos y el público callejero. La observación de este 'fenómeno' y su comprobación expresada en los relatos de las experiencias vividas por sus agentes productores, en el contexto en que él fue generado, nos ha dado la dimensión de esta *potencia*.

No obstante, en la aportación de Sapir (cf. en el apartado del capítulo 7, "Estética y socialización en la fiesta") sobre el papel de la cultura en la comunicación interindividual, hemos encontrado una explicación para el cariz socializador evocado por la apariencia, relacionado a la apropiación de la cultura (sus signos y símbolos) en la idealización de algunos de los proyectos de la estética indumentar. Esa influencia de la cultura, si bien manifiesta en ciertas vestimentas, demandaba su comprobación junto a los entrevistados y todos lo han hecho. Lo que hemos buscado demostrar, además de esa vinculación de los aspectos de cultura con el proceso de intercambio social, era que el aspecto (o la 'forma') es causa y, al mismo tiempo, consecuencia de *socialidad*. No obstante, no hemos justificado la interactividad de la estética vestimentar con el público, 'exclusivamente' por su espectacularidad o por conllevar elementos de la cultura reconocibles por su colectivo. Como derivación de esta premisa, hemos supuesto que esta manera subjetiva de ataviarse no se limitaba a un anhelo de *expresión*, un desahogo de la creatividad o una simple búsqueda por la diferenciación (Thorstein Veblen)⁹, sino que en su sustrato se atesoraba la práctica de la *alteridad*, *tactilidad cotidiana* o *proxémica social*. Así es también como la designamos, inspirados por la noción de Maffesoli¹⁰ de que "la *solidaridad* que se organiza contemporáneamente es *esencialmente estética*", para presumir que el ejercicio de la experiencia estética en lo cotidiano sería una vía eficaz al impulso de dichas transformaciones, como también un medio para alcanzar el autoconocimiento, el desbloqueo de los canales perceptivos, con fines de promover profundas y verdaderas transformaciones en la vida social, tal como preconizaba Oiticica.

⁸ El *ethos*, es la manifestación de las subjetividades, de las emociones que modelan la imagen del individuo; es la esencia volviéndose apariencia.

⁹ Cf. la *teoría del consumo* del autor que afirma ser 'la distinción', la busca esencial de la conducta humana.

¹⁰ Maffesoli, 1986, p. 122, adaptado.

c. La observación, en la calle

La fase de observación se inició con anterioridad al periodo del Trabajo de Investigación, siendo retomada durante el desarrollo de las entrevistas para la tesis, en el periodo de febrero a julio de 2004, en la ciudad de Salvador, Bahía, Brasil, en el perímetro urbano que comprende el Centro Histórico (*Pelourinho*) e inmediaciones.

Considerando las orientaciones del autor Heraldo M. Vianna (2003), en su libro sobre el 'método' de la observación ('técnica', para otros), de que "sin la teoría y un cuerpo de conocimientos bien estructurados, *la investigación observacional* seguramente producirá elementos dispersos y no conclusivos"¹¹, he buscado realizarla 'posteriormente' al hacer un repaso por la literatura relacionada con los hechos y conductas a ser examinados, para entonces extraer las reflexiones que auxiliaron en la elaboración de algunas hipótesis acerca del fenómeno analizado. En esta fase, fue fundamental el aporte del trabajo teórico de Maffesoli, construido a partir de observaciones sobre la estética cotidiana, porque me orientó sobre cómo utilizar este método, en su dimensión *naturalista*, para localizar los problemas en referencias literarias (como la suya), reconocerlos en experiencias vividas *por el propio investigador* en situaciones de la vida diaria, como ejemplo de la identificación del fenómeno vestimentar que motivó esta tesis. O aún, distinguirlos en reflexiones subjetivas que surgen con frecuencia y de modo espontáneo durante la actividad de observación que, a su vez, acarrear suposiciones y su comprobación. Este es el caso del sondeo que se ha planteado aquí, acerca del poder socializador de aquel fenómeno, en su ambiente natural, la calle. Observando todas estas posibilidades, he constatado la eficacia de su conjunto *en la práctica*, y en el testimonio de diversos autores de metodología científica, de que la adopción de más de un método y de algunas técnicas, es una práctica frecuente y acorde a las necesidades que se interponen durante la trayectoria del trabajo investigativo. Dicho eso, he seleccionado, además de la observación, otras técnicas como el uso de entrevistas grabadas y el registro fotográfico, cuyo empleo ha garantizado mayor validez y credibilidad a las informaciones. Este cotejo posibilitó la verificación de posibles divergencias entre mis vivencias y notaciones acerca de la observación diaria y los datos ofrecidos por los entrevistados.

El uso de la técnica de observación nos fijó algunas exigencias imprescindibles a la demostración de las hipótesis y nos auxilió en el desarrollo de cuestiones y razonamientos formulados inicialmente en el proyecto de la tesis. En su aplicación fueron consideradas ciertas

¹¹ MARELIM VIANNA, Heraldo. *Pesquisa em educação - a observação*. Plano Editora, Brasília: 2003, p. 11. (Subrayados nuestros.)

peculiaridades entre las cuales, (1) *su dimensión naturalista*, indispensable al análisis del fenómeno indumentar en su ambiente habitual, la calle, y que ha propiciado la obtención de datos (cualitativos) de naturaleza descriptiva; (2) la flexibilidad e informalidad en las notaciones, que él favorece; (3) el uso de la totalidad de los sentidos en la captación de los comportamientos y actitudes de los individuos analizados, ante los hechos; (4) su excelencia en la evaluación del comportamiento no verbal, en comparación con otros métodos.

d. La selección de los entrevistados

En la elaboración de la matriz de los entrevistados hemos privilegiado un determinado perfil de individuo comprometido con la creación de su propio vestido, considerando la originalidad como su característica esencial y la vestimenta habitual de lo cotidiano de las calles como su principal parámetro. La cuestión numérica no era fundamental en la composición de esta matriz, sino el 'fenómeno'. Esta selección, realizada en la calle, significó, por lo tanto, la primacía de la cualidad sobre la cantidad, y resultó un número reducido de doce artistas, los cuales fueron sometidos a un breve sondeo para averiguar acerca de su formación, si eran autodidactas. Una vez definida la muestra según estos prerrequisitos, fui en busca del predominio de alguna categoría de género, etnia, edad, nivel de escolaridad o formación, no obstante, he encontrado una heterogeneidad con respecto a todas ellas.

Los nombres utilizados son reales y fueron utilizados con el permiso de nuestros colaboradores. Fueron omisos detalles de su vida privada por no representar ninguna relevancia para el desarrollo del objeto de la tesis.

e. La matriz de los entrevistados

La heterogeneidad de la muestra confirmó, por un lado, la exención de cualquier tipo de criterio étnico, de género, de edad, de formación especializada y, por otro, corroboró la prioridad que se dio al fenómeno estético indumentar en sí, en detrimento de cualquier otra referencia.

Dentro del grupo de entrevistados, Zaqueu era el único representante de otra localidad, los demás viven en Salvador, ciudad seleccionada para el estudio. Habitante de Ilhéus, ciudad situada en el extremo sur de la provincia de Bahía, él fue la referencia original de la estética vestimentar de calle, motivo este de su incorporación al grupo de Salvador, al cual colabora en la composición del escenario indumentar de esta capital, en sus eventuales apariciones por allí.

En la selección de los entrevistados, una parte de sus declaraciones fue empleada para estructurar el Capítulo 5 y, la otra, para elaborar *un apartado especial* dentro de este mismo capítulo, en el que hemos contado con la aportación de sólo tres de los participantes. En la definición de estos tres nombres, he llevado en cuenta, en sus producciones vestimentares, la presencia marcada de rasgos imperantes en nuestra cultura como lo *lúdico*, lo *místico* y *social*.

Uno de los informantes contribuyó con el suministro de datos acerca del mercado de consumo de ítems relacionados a la confección de adornos y vestidos, resultante de la creciente preocupación con la cosmética personal. Un comerciante local (Sr. Clarindo Silva) nos ha aportado informaciones sobre la historia del espacio estudiado (el *Pelourinho*) y su actuación en la demanda por su restauración, que resultó, en la actualidad, en una zona de confluencia de extranjeros, de habitantes de distintos puntos de la ciudad y del país. Su emergente condición de 'espacio de la estética cotidiana' del cual la indumentaria de calle es máxima expresión, es uno de los positivos efectos de la revitalización de este lugar.

f. El guión de las encuestas, estructuración de los capítulos y apartados.

En una fase anterior, los datos finales, la observación de la indumentaria en lo cotidiano y el contacto con la fuente teórica sobre las estéticas cotidiana y vestimentar, nos han aportado el léxico y nuevas perspectivas acerca del tema, necesarios a la elaboración de las entrevistas. Con este material he estructurado los capítulos y apartados, seleccionando las palabras clave que los discriminarían por temática.

Durante el transcurso de la encuesta, he privilegiado la espontaneidad, franqueando la palabra al entrevistado, con la intención de extraerle datos o pormenores que pudiesen representar un adelanto a la investigación. Estos relatos, junto con las anotaciones tomadas de lo cotidiano de las calles, además de las fuentes teóricas, han compuesto el estrato de los capítulos 3 al 6.

Con relación a éstos, el tercero posee una función introductoria y por eso no trae palabras clave como los demás. Comprende la presentación del espacio y de la cultura analizados, anticipa datos relativos al tema central de la tesis, contextualizando la estética vestimentar y anuncia algunos puntos que serán desarrollados en los capítulos subsiguientes. Así, las palabras clave que definen el Capítulo 4 son, *creatividad*, *experiencia estética* y *cotidiano*; el Capítulo 5, *vestimenta*, *moda*, *apariciencia*, *identidad indumentar*, *plástica visual*, *estética vestimentar*, *proceso creativo*, *experimentalismo*, *socialización*, *experiencia estética*; el Capítulo 6, *espacio*, *tiempo*, *movimiento*,

estética indumentar, proxémica y socialización; el Capítulo 7, fiesta, espacio, cosmética, socialidad, intersubjetividad, Parangolés y Hélio Oiticica; el 8 y último, Modernidad, Postmodernidad, Arte aurático, Arte interactivo, Arte-vida, cuerpo-soporte, expresión vestimentar.

En el Capítulo 7, diferentemente de los demás, se privilegió la documentación fotográfica y la observación participativa del evento, en el procedimiento usado para el análisis de la fiesta del *Dois de julho*, su punto central.

Las cuestiones siguientes están relacionadas y aplicadas al cuestionario. Entre algunas de ellas se observan semejanzas de enunciado y contenido, hechas con el objetivo de ampliar los datos ofrecidos por el encuestado durante nuestra conversación. Fueron cinco, los puntos básicos que lo han orientado y de éstos se desplegaron los temas que, en su mayor parte, compusieron el Capítulo 5. Una parcela menos expresiva de este material se encuentra distribuida por los demás capítulos.

Iniciación en el arte y en la moda:

1. ¿Cuándo Ud. se ha iniciado en la creación de trajes?
2. ¿Ha tenido Ud. alguna referencia en esta área?
3. ¿Cómo Ud. ha adquirido conocimiento sobre el universo con que trabaja (tela y otros materiales, el patronaje, el diseño, los colores, artesanía, pintura, moda, etc.)?

Motivación a la creación de una imagen personal:

4. ¿Qué le ha motivado a crear una identidad a través del indumento?
5. ¿Es posible crear una marca personal a través de la apariencia?
6. ¿Qué le hace sentir diferente de los demás y a que Ud. atribuye como el principal factor de empuje por la distinción a través de la vestimenta?
7. ¿Qué es ser diferente de un patrón estético y cuales (cuál) son (es) los (el) camino(s) para lograrlo? ¿Cuál(es) fue(ron) lo(s) suyo(s)?
8. ¿La cultura local ejerce influencia sobre su creatividad, cooperando para la creación de su imagen personal?

Proceso creativo:

9. ¿Cómo es su proceso creativo?
10. ¿Cuáles son sus referenciales de creación? (temáticas, estilistas, la moda)
11. ¿Qué recursos materiales y técnicos utiliza en sus creaciones?

Reacción de las personas a la apariencia:

12. ¿Cómo las personas reaccionan a su manera de vestirse? ¿Y cuál tu reacción en situación similar?
13. ¿Cómo interpretarías las miradas de los demás hacia ti?

Modo baiano de vestirse:

14. ¿En su opinión, existe un modo baiano de ser y de vestirse? En caso positivo, ¿cómo lo definiría? ¿Él ejerce alguna influencia sobre su comportamiento, actitudes y en sus creaciones?
15. Según tus observaciones, ¿ha crecido, en la actualidad, el número de personas preocupadas en buscar una identidad en la forma de vestirse, o percibes que la uniformidad es todavía un orden establecido?

Interacción con los transeúntes. Situaciones especiales proporcionadas por la estética vestimentar:

16. ¿Su apariencia ha incrementado su acercamiento con las personas, de un modo general?
17. ¿Su relación con las personas ha cambiado en función de su imagen personal?
18. ¿Tu crees que la apariencia es un factor de aproximación entre las personas?
19. ¿En algún momento su apariencia ha motivado el acercamiento de las personas? ¿Qué resultó de ese contacto?

g. Procedimientos en las entrevistas

Al investigador era indispensable el contacto directo con las personas que aportarían, con sus relatos, el principal sustrato para la tesis. Eso porque él es la figura más capacitada para reconocer, en las narrativas, detalles sutiles o cualquier otra información que pueda representar un avance para su trabajo, inmanente a su gestualidad y emoción expresos a la hora de historiar sus experiencias, de contestar al cuestionario, de percibir en tales conductas y en la improvisación de su habla, algún dato que, no figurando en el sondeo, señalara nuevas perspectivas para el estudio que sirviera de referencia para futuras investigaciones. Por ese motivo, todas las entrevistas fueron grabadas y realizadas por mí.

La entrevista es un procedimiento que exige complicidad entre investigador y entrevistado y representa un momento crucial del proceso de investigación, por eso debe ser pautada por un franco diálogo, para que se obtengan informaciones fidedignas y consistentes. Durante esta fase, era

fundamental emplear el mismo lenguaje del colaborador, sus jergas, expresiones idiosincrásicas y regionales, para que su habla fluyera con más espontaneidad.

Antes de empezar la entrevista, era explicado al encuestado su objetivo y valor para la ejecución del trabajo, a fin de que se percatase del compromiso con la verdad de los hechos que narraría y cual sería el procedimiento usado en su registro (grabación), para que se mostrara lo más natural posible durante su realización. Esa 'informalidad' en la charla inicial, era importante para que se lograra un clima de confianza y acercamiento entre ambos, pero a pesar de eso, el informante sólo ha conocido las preguntas de la encuesta en el momento de la entrevista, para que no se dejara escapar la espontaneidad de sus respuestas.

Correspondió al entrevistado, la determinación del local y momento para la realización de la encuesta, buscando el tiempo necesario a la obtención de sus informaciones. Las entrevistas, en su mayor parte, se realizaron en su propio local de trabajo (talleres) y, en ocasiones especiales, en plazas o en la calle, en un promedio de una hora, variando en función de la disponibilidad de tiempo, de su aporte, y del grado de interés por las cuestiones que le iban siendo presentadas.

En la condición de entrevistadora, he dirigido la encuesta siguiendo los criterios de registro de datos, objetivando desviaciones y centrando el interés sobre los puntos más sobresalientes de la investigación. Sin embargo, me he empeñado en sacar de sus memorias, un volumen significativo de testimonios referentes a su experiencia como *performers* y exponentes de una estética indumentar personal y distintiva, en su interacción con el público callejero, observando en esta relación, alguna aportación para el adelanto de los análisis sobre *la repercusión del vestido en el desarrollo de los intercambios interpersonales en el espacio urbano*.

Durante su realización, he otorgado la palabra a los entrevistados, para que ellos mismos definieran el repertorio de situaciones e ilustraciones que juzgasen más pertinentes, confiriendo más autenticidad y naturalidad a sus relatos. Esta misma autonomía les permitió discurrir sobre motivaciones, proceso creativo, proyectos y experiencias interactivas relacionadas a su estética vestimentar, en lo cotidiano de las calles, desvelándoles aspectos idiosincrásicos inimaginables.

La revelación de facetas acerca de estas vivencias ha confirmado mis sospechas iniciales de la revelación de un fenómeno vestimentar estético y original en lo cotidiano de las calles de Salvador, todavía carente de una investigación profundizada, y de su potencia socializadora manifiesta en el contacto con este público.

El guión de la encuesta fue seguido en su orden previamente definido, sin embargo, eran

perfectamente comprensibles los frecuentes repasos que el entrevistado hacía sobre algún aspecto ya comentado, con el intento de añadir informaciones que complementasen sus reflexiones anteriores.

En las entrevistas, se contó con plena colaboración de los encuestados que demostraron total autocontrol ante la situación y dominio de las cuestiones que les fueron presentadas. Si bien ni siempre fue posible estar a solas con cada uno de ellos, las interferencias externas no representaron ningún problema para el efectivo desarrollo del procedimiento.

h. Registro de las imágenes

Esta etapa comprendió el registro fotográfico de los entrevistados y de las diversas expresiones y elementos que integran el gran conjunto de la estética cotidiana y que parte desde la cosmética de calle, pasando por las manifestaciones culturales (a ejemplo del *Dois de Julho*), hasta alcanzar algunos ejemplares de la arquitectura urbana y de importantes aspectos de la geografía local.

Este fue un proceso que no admitía un plan previo, porque he contado muchas veces con la suerte a la hora de seleccionar un número mayor de personas 'cosmetizadas'. Con aquellos que compusieron la matriz de los entrevistados, he apuntado horario y día de clima más favorable a la realización de las fotos, una vez que todas ellas fueron hechas en el escenario natural, la calle.

Las imágenes de la ciudad tampoco siguieron un plan riguroso, porque exigen condiciones climáticas adecuadas para ser realizadas, como en el primer caso. Pero en el caso de la fiesta del *Dois de Julho*, en que se realiza en un único día del año, las fotografías fueron hechas en el periodo de dos años consecutivos para que obtuviéramos un acervo significativo. No obstante, mi registro de la cosmética urbana sigue su curso y cuenta con la constante colaboración de amigos que, en sus andanzas por la ciudad, logran captar imágenes curiosas y pasármelas. El objetivo en proseguir con esta tarea en un futuro cercano, es dar continuidad a este trabajo, profundizando algunos aspectos de la estética vestimentar de calle aún desconocidos para mí. El reto es hacer acopio de un número expresivo de registros que me permita elaborar otra selección cosmética cuyos criterios serán adoptados en función de nuevos datos que ellos puedan presentar.

i. La transcripción

La traducción de las encuestas del portugués al castellano ha representado un gran desafío para mí, como filóloga, por la dificultad en encontrar la correspondencia 'aproximada' en el

argot callejero, entre otras expresiones coloquiales que difieren mucho, entre estos dos idiomas. A pesar de eso, las transcripciones fueron realizadas con éxito y en la integridad, respetando la exactitud de las informaciones y la naturalidad expresada por los informantes, en sus pausas, reflexiones e interrupciones. Asimismo las sensaciones y emociones comunicadas corporalmente fueron estimadas como importantes complementos a ser sumados a los relatos, en razón de la aportación de los elementos sutiles y sensibles involuntariamente aflorados, en este tipo de comunicación (no verbal) y carentes en la expresión verbal.

La transcripción es una etapa del trabajo en la que el investigador tiene la oportunidad de recuperar y profundizar, con mayor atención, algunos aspectos que acaso ha dejado escapar inadvertidamente.

j. El procedimiento en los análisis

Hechas las notaciones a partir de la observación de lo cotidiano y transcritas las encuestas, he procedido a la sistematización de estos registros. La interpretación de los datos obtenidos de las cuestiones ha generado las palabras clave que las orientaron.

Durante la fase de transcripción de las declaraciones, he realizado un repaso por cada una de ellas para captar el sentido general e identificar "unidades de sentido" (Giorgi, 1985) reveladoras de la estructura del fenómeno indumentar analizado. Estas "unidades de sentido" conocidas como 'temas' o 'esencias' recurrentes en las narrativas de los encuestados, nos han percatado sobre la forma como 'el fenómeno' se manifestaba en lo cotidiano y sobre sus especificidades con relación a cada uno de los implicados en él. A partir de estos datos, buscamos identificarle los trazos culturales que constituyen los rasgos de nuestra realidad social. Estas características generaron palabras clave empleadas en la estructura del índice y pusieron de relieve importantes puntos de estas producciones (o 'fenómenos') *indumentares* que integraron uno de los apartados del Capítulo 5: la *religiosidad*, en la estética vestimentar de Tío Souza; el cariz *lúdico* de la cosmética de Zaqueu; y la *crítica social* ostensiva en la apariencia de Jaime Figura. La identificación de la 'unidad de sentido' nos permitió, aún, seguir un hilo de razonamiento respaldado en el material descriptivo obtenido de nuestros entrevistados. Por otro lado, la esencia del fenómeno conocida con anterioridad a la verificación de los resultados, facilitó la organización del índice, a partir de temas y palabras clave que definirían los capítulos.

k. Descripción del proceso de Investigación Teórica

- La orientación del estudio teórico.

En la fase de la investigación teórica, he averiguado conceptos y posicionamientos de los autores seleccionados, que elucidasen sobre el efecto interactivo ocasionado por la estética vestimentar en el ambiente callejero, en cuanto elemento diferenciador de la apariencia. La intención era poner en evidencia sus reflexiones sobre tres importantes aspectos de la misma cuestión, que se encuentran interrelacionados: (1) la constante presencia de una estética en lo cotidiano de las calles; (2) el ambiente urbano como espacio 'actual' de las producciones estéticas (o dicho de otro modo, el desplazamiento de estas producciones de su ambiente 'tradicional' para este 'nuevo escenario') y, (3) la creciente preocupación por la producción de una cosmética artística y personal vinculada a un complejo juego simbólico, que es expresión de una forma de interactividad y de socialización. Por eso era fundamental la colaboración de los entrevistados. La aportación de sus experiencias tanto en la *praxis* artística como en sus performances, puso en evidencia un matiz todavía inexplorado por las instituciones académicas (de arte y *moda*), acerca del discurso indumentar de calle, que se funda en la *diferenciación* (y no en la *semejanza*, como se atesta en las *tribus urbanas*) como una 'estrategia' ('inconsciente') de interacción con el entorno en que está contextualizado. Siendo este último aspecto el principal *leitmotiv* de esta investigación, ha merecido mayor empeño que lo dos ítems a él relacionados.

- La organización del estudio teórico.

Destacados los temas y subtemas que compondrían los capítulos y apartados, he estructurado el índice concentrando el contenido de la investigación de campo sobre todo en el quinto, (parte del) sexto y séptimo capítulos y, empleando este mismo material a los demás, como sustrato de las fuentes teóricas.

En función del origen del objeto de la investigación ser de una zona geográfica desconocida de muchos, como Salvador (Bahía), he juzgado imprescindible su presentación, destacando pormenores de su cultura, importantes para la comprensión del fenómeno examinado.

Etapas del método: (1) investigación de campo; (2) operación creativa del trabajo científico (reflexiones personales a partir de los datos siguientes): el cotejo entre el material recogido en la 1ª etapa (las encuestas), las observaciones de lo cotidiano, las informaciones nuevas que iban

surgiendo en las prensas escrita y televisiva y del debate informal sobre el objeto, con otros investigadores; (3) el trabajo objetivo, sistematizado, la presentación de los aportes, nuevas inquietudes, la apertura de debates, inaugurando líneas de investigaciones con base en lo analizado.

CAPÍTULO 3

Capítulo 3:

Apuntes sobre aspectos (físicos, culturales, sociales y estéticos) instauradores de la estetización de lo cotidiano de Salvador.

Hablar de la ciudad donde se vive es tarea que demanda del habitante local un alejamiento temporal de su domicilio nativo para evaluar sus amplios aspectos con total imparcialidad. Esta experiencia proporciona al emigrado, de regreso a su tierra, una clarividencia acerca de sus aspectos, antes invisibles para él y recuperados por un distanciamiento que le va favorecer una nueva lectura local – integral y pormenorizada en sutiles gradaciones –, con la misma claridad de quien ve con una lente. Cuanto mayor sea este retiro temporal, más reveladoras se vuelven las características y pormenores de su cultura, facilitadas por los ineludibles paralelismos entre su ambiente social y la sociedad establecida como paradigma, en el exterior (Valencia). Los detalles mínimos que antes le pasaban desapercibidos, ganan otra dimensión en su nuevo análisis sobre los vastos aspectos de la vida social y cultural de su país. La privación transitoria de las referencias cotidianas de la tierra natal, aporta al desterrado el redescubrimiento de sus raíces, de sí mismo y de su relación con los suyos.

Por una antropología local.

La diversidad entre los pueblos fue y continua siendo un asunto inagotable para la Antropología, no obstante, hay culturas que por el grado de complejidad de su formación y asimismo por los naturales cambios que han sufrido con el paso del tiempo, aún aguardan por ser estudiadas con profundidad. Este parece ser el caso de la cultura brasileña, en los análisis de uno de los más destacados sociólogos de los siglos XX y XXI, el francés Jean Baudrillard (1929-2008).

En una declaración a una revista brasileña¹², al haberle 'reivindicado' una publicación sobre nuestra cultura, de la que se enteraba con asiduidad, el sociólogo contestó no haberlo hecho por considerarla demasiado compleja para su alcance teórico, además, de no enmarcarse en sus preocupaciones por la contemporaneidad (los dualismos maniqueos, el simulacro, la vacuidad, cuestiones estas sobre las que suele estar atento), afirmando que “Brasil posee leyes de sensualidad y una *joie de vivre* muy complicadas de explicar. En Brasil “lo que prevalece es el encanto”, constató.

¹² BAUDRILLARD, Jean: “A verdade oblíqua” en *Época, a moderna revista semanal de informação*, n° 264. São Paulo: jun 2003. pp. 36-37.

La sensualidad, *de per sí*, le parece suficiente para traducir tamaña complejidad. En la connotación baudrillardiana, el término puede abarcar varios aspectos de la cultura brasileña, tales son la sensorialidad, el goce, el erotismo, impregnados en el *ethos*¹³ y *modus vivendi* de los brasileños y, en especial, de los baianos¹⁴ (añado yo). Defendía Marcel Mauss (1936), sociólogo de visión culturalista, que “no se sienta, no se duerme o se camina de la misma manera en todas las culturas”¹⁵, refiriéndose principalmente a las funciones vitales y a los movimientos naturales del cuerpo, interpretados y transformados por la cultura. Como respaldo a su observación, mostramos que hay, 'en parte', un fondo de verdad en ello, visto que la contundencia de la aseerción de Mauss puede contraponerse a las diversidades verificadas en una misma cultura. La brasileña es un buen ejemplo de eso, pues las cinco regiones que componen el territorio nacional poseen un carácter particular y cada provincia suya, una identidad propia. Veremos que el sociólogo tenía (repetimos) 'en parte' razón, cuando identificamos esa 'multiplicidad' en la incorporación de los distintos elementos de la cultura *soteropolitana*¹⁶, en su modelo vestimentar de calle actual. La noción implícita en la afirmación de Mauss de que *el cuerpo es trabajado por la cultura* nos sirve de argumento para reafirmar la forma peculiar de los baianos de exhibirse, vestirse, desvestirse y mover el cuerpo.

Sabiéndose que la producción artística y el modo de ser de una población son la imagen de los múltiples aspectos que integran su cultura, buscamos apuntar aquellos que afectan directamente este binomio e implican, consecuentemente, la configuración del objeto de estudio como *un producto de esa cultura*.

Este es parte del procedimiento adoptado para facilitar la comprensión del objeto de la tesis, presentando al lector ajeno a la realidad del espacio investigado, informaciones puntuales e imprescindibles a la aprehensión de las características que lo conforma.

Para eso, juzgamos imperativo citar algunos aspectos de la ciudad de Salvador que creemos influenciar en el comportamiento y en el *modus vivendi* de sus ciudadanos. El *Pelourinho* surge, en ese contexto, no sólo como el núcleo espacial de la investigación, sino como polo de convergencia de personas de distintas comunidades locales, de ciudades vecinas y de turistas que

¹³ *Modo de ser* identificador de cada cultura.

¹⁴ A lo largo del texto, el natural de la provincia de Bahía, Brasil.

¹⁵ Alusión a su estudio sobre las “técnicas del cuerpo” (1936), por Denys Cuche: *As lições da antropologia cultural*, en *A noção de cultura nas ciências sociais*, EDUSC, Bauru, 2000, p. 90. (Traducción de Catarina Argolo.)

¹⁶ De *soterópolis* (gr. sotérion, 'salvación', + -polis), helenización del nombre de la ciudad de Salvador, + (t) + -ano, sufijo gentilicio, respectivamente. (BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio. *Novo Aurélio Século XXI: o dicionário da língua portuguesa*. Nova Fronteira, Rio de Janeiro: 1999).

vienen de otros puntos del territorio nacional o del extranjero. Allí la multiplicidad de los tipos humanos permite que las particularidades que configuran el *ethos* baiano se evidencie todavía más, así encontramos la aproximación (sin comprometerse a responder) a lo que se entendería por *baianidade*, término bastante controvertido entre antropólogos y científicos sociales. Estos 'desacuerdos' de algún modo, nos ha desobligado a buscar una definición que fuera concluyente por dos razones: una, porque es específico 'de estas áreas', no del Arte y otra, porque nuestra intención al señalar algunos de sus rasgos (inspirados, incluso, en puntos de vista de estos estudiosos), es suscitar nociones para que el lector construya por sí mismo, su concepto de *baianidade*.

Aspectos de la ciudad y del núcleo espacial investigado, el *Pelourinho*.

Salvador, ciudad histórica, capital inaugural de Brasil y de la comunidad autónoma de Bahía, es también la principal ciudad de la región nordeste y tercera capital del país, con cerca de 2.892.625 habitantes (censo del año 2007).

Desde su relieve ya se puede percibir su plasticidad. Localizada en una península, cercada de pequeñas islas y perfilada por cuarenta kilómetros de playa, mira al Océano Atlántico y la *Bahía de Todos os Santos*.

Bipartida en altiplanos interconectados por el Ascensor Lacerda (Figuras 1a y b): la Ciudad Alta y la Ciudad Baja, en el primero y parte más antigua, se preservan los principios de su proceso de urbanización, es dónde se encuentra el Centro Histórico, lugar que alberga iglesias de los periodos barroco y rococó y el *Pelourinho*¹⁷, inmenso conjunto arquitectónico colonial.

Zona portuaria y comercial por excelencia, la Ciudad Baja congrega desde su formación, fortalezas legadas del Periodo Colonial y preserva todavía una arquitectura civil secular junto a importantes construcciones religiosas.

La riqueza 'plástica' de Salvador se despliega en otros aspectos físicos naturales como la diversidad de accidentes geográficos que integran la zona metropolitana: son diques, formaciones lacustres, playas, penínsulas, dunas (Figura 2), ríos y afluentes, colinas, planicies, todos coronados

¹⁷ El *Pelourinho*, uno de las principales tarjetas postales de la ciudad, es un espacio que mezcla arquitectura religiosa, civil-residencial, comercial, gremial y de difusión cultural. Su comercio, si bien diversificado, se inclina más hacia el turismo: son tiendas de artesanía, de gemas (joyerías), de vestuario, anticuarios, cafés, bares y restaurantes. Allí asimismo están asentados consulados, escuelas, ONG's y una serie de museos, fundaciones, centros culturales, asociaciones e iglesias de gran relevancia para la comunidad baiana: las fundaciones Casa de Jorge Amado y Pierre Verger; los museos de Arqueología y Etnología, Afro, lo de la Ciudad (pintura), Abelardo Rodrigues (imaginería religiosa y mobiliario sacro), Eugênio Teixeira Leal (numismática) y Tempostal (postales antiguos de la ciudad de Salvador).

por el verde omnipresente de la floresta atlántica. O bien, por los frutos de la acción humana que se concretan en distintas expresiones artísticas y culturales, como la arquitectura colonial del Centro Histórico (del *Pelourinho*), compuesta por casas multicolores (Figura 3); en la contemporaneidad estampada en las fachadas coloreadas y en estilo geométrico de las fincas comerciales (Figura 4); en las esculturas y monumentos; en plazas de enrejados decorados con motivos figurativos y abstraccionistas (Figuras 5a y 5b); en la ornamentación geométrica del paseo marítimo y adyacencias; en las intervenciones artísticas presentes en varios puntos del perímetro urbano (paneles en pintura y mosaicos, graffitis, cf. Figuras 6 de a a); en el traje típico¹⁸ y procesional

¹⁸ El *traje típico de la baiana*, es de color blanco y compuesto de cuatro piezas básicas: pantalones que van por debajo de una amplia falda con una armazón para aumentarle el bulto, una amplia faja que le va por encima, normalmente el *pau da costa* (faja tejida en telar), una blusa de manga tres cuartos*, turbante, sandalias y, como adornos, collares de algún *orisha* (el orisha que la protege), aretes y pulseras africanas, además de los *banlangandãs*, un tipo de pulsera en corriente, en la que van colgados talismanes, para su íntegra protección física y espiritual. (*En la revista electrónica *Jangada Brasil* consta "cabeção de camisa", en vez de "blusa de cabeção", como en la Fig. 7a. El "cabeção", en aquel caso, es una parte visible, de la blusa, un largo borde que está por encima del escote y de las espaldas, perfilándoles. Cf en la web: <<http://www.jangadabrasil.com.br/marco43/pa43030b.htm>>). La tela del vestido es hecha de un tipo de bordado de procedencia francesa, el *richelieu*, que perfila las borlas de cada pieza del traje. Predominan los dibujos florales como tema decorativo del bordado. En líneas generales, el *richelieu* es un bordado [segundo Lody (2003b), cf. referencia en el final de la nota] surgió en Europa, en el siglo XV, como un tipo de bordado intermediario entre el tradicional y el encaje que surgió algún tiempo después. Relacionado con el empleo en ropas blancas, de uso femenino, como gran parte de los bordados, el *richelieu* se distingue técnicamente de los demás por ser realizado con puntos cortados, los *picots*, (*puntillas*, en castellano) aplicados sobre un fondo de tela abierta, en la que los hilos fueron siendo delicadamente sustraídos hasta formar vacíos entre los motivos, dando mayor relieve a las *bridas*. La denominación *richelieu* se originó en Francia, entre 1624 y 1642, por el "[...] uso frecuente en los paramentos de Armand-Jean du Plessis, cardenal y duque de Richelieu". (En MONTEIRO, Juliana, FERREIRA, Luzia G. y FREITAS, Joseania M. "As roupas de crioula no século XIX e o traje de beca na contemporaneidade: símbolos de identidade e memória". *Mneme – Revista de Humanidades* [Dossiê Cultura, Tradição e Patrimônio Imaterial, org. Helder Alexandre de Macedo], Caicó (RN), v. 7, n° 18, oct-nov 2005. pp. 395-414. Bimestral. Disponible en la web: <<http://www.cerescaico.ufrn.br/mneme/resumo.php?atual=182&edicao=18>> [Acceso en: 17 ago 2007] (Título en castellano: "Las ropas de crioula en el siglo XIX y el traje de beca en la contemporaneidad: símbolos de identidad y memoria".) Para más detalles respecto el *traje tradicional de la baiana*, de forma sistemática e ilustrada, cf. el artículo de TORRES, Heloisa A.: "Alguns aspectos da indumentaria da crioula baiana". *Cadernos Pagu*, jul-dic 2004, n° 23, pp. 413-467. Disponible en la web: <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n23/n23a145.pdf>> [Acceso en: 09 mayo 2005]. La 'típica' baiana es una descendiente de esclavos (la esclavitud fue abolida, en Brasil, en el 13 de mayo de 1888), es pues, una mujer negra que preserva sus raíces, por eso, es común su filiación al culto africano, el *candomblé*. A cada una de las divinidades de este culto, los orishas, es dedicado un día de la semana y todos ellos están relacionados a un elemento de la naturaleza y encuentran en el sincretismo religioso brasileño su correspondiente en algún santo de la iglesia católica. El arquetipo del orisha se traduce en una serie de elementos que determinan su 'identidad': la dieta, la cosmética que se define por los colores, atavios, adornos y atributos que le son característicos. Es más, el remate de esa tipificación se da en una serie de prácticas perceptibles solamente a los que testimonian su manifestación en el momento del trance de su devoto, en su peculiar forma de bailar y de saludar a los presentes, engalanado para la ocasión, con todo su aparato cosmético. Además, a estos que los tienen como sus protectores, se les deben ciertas obligaciones - 'el cuidado del orisha', como se suele decir en el *candomblé* - que es un conjunto de prácticas adoptadas para prestarles homenajes en el día de la semana del orisha (homenajeado) y en la principal fecha a que le es consagrado, y que envuelven la ofrenda de regalos y comidas no sólo a la divinidad alabada, sino que a las personas más cercanas y a la comunidad que pertenece y frecuenta el mismo terrero de culto. Ahora bien, entre los más divulgados están *Yansã*, la diosa de los rayos, los truenos y los vientos, emparentada con Santa Bárbara y a quien es dedicado los miércoles. Sus colores en el culto son el rojo y el coral; sus símbolos son el cuerno de búfalo, un alfanje, una *daga* - espada de lámina ancha y corta, rematada en punta; *Yemanjá*, diosa del mar, de las aguas saladas, tiene como colores el azul claro y el blanco y con los cuales sus adictos suelen vestirse a los sábados, día de la semana a que le es dedicada. El 02 de febrero es la fecha en que se celebra la fiesta de la santa a que le atañe en la iglesia católica - Nuestra Señora de las Candelas - y ocasión en que se le rinde una procesión marítima donde se conduce su imagen y ofrendas que le son echadas en el agua del mar; *Oxóssi*, dios de la caza y protector de las florestas, corresponde a San Jorge. Su día de la semana es el jueves, sus

de las baianas (Figura 7a y b); en los fuertes tonos de la indumentaria callejera y en su cosmética múltiple (Figura 8); en los enseres y piezas de artesanía expuestos por las plazas del Centro; en las fiestas religiosas y profanas (Figura 9). Los ejemplos no se agotan, pero esa pequeña muestra es suficiente para construir una idea de la estética urbana *soteropolitana* y de la manera ostensiva como ella se visibiliza en el paisaje y en la rutina de la ciudad (Figura 10). La temperatura, en la capital afianza al baiano el disfrute de sus bellezas naturales, así como de las actividades recreativas lúdicas practicables en grandes áreas abiertas – el paseo por las calles del centro y por la orilla del mar, la práctica de deportes, el carnaval y asimismo la vivencia de su religiosidad, por medio de la celebración de los cultos en tierra y mar (Figura 11). Con un promedio anual de 27 grados amenizados por la brisa que sopla desde el Atlántico, Salvador es una ciudad veraniega, de invierno 'azul', cálido, carácter que la torna magistral para el turismo y el entretenimiento y, por lo tanto, un fuerte polo socializador¹⁹.

Ahora bien, ese *alto nivel de congregación* de personas, que podríamos 'casi' considerar *un atributo local*, se confirma en la *natural disposición del habitante para estar en compañía de otras personas*, para gozar más de la exterioridad que del encierro, exponiéndose más regularmente a los espacios públicos que al confinamiento del ambiente doméstico. Con un *clima invariable* que *favorece y refuerza ese tipo de comportamiento*, colabora un conjunto de *prácticas costumbristas* rigurosamente cumplidas a través de un calendario de eventos fijos y móviles, que ejercen una fuerte influencia sobre la vida ordinaria. El sincretismo religioso – entrelace de descendencias indígena, africana y europea – pasa a ser el paradigma sensorial que actuará a través de experiencias en las que el cuerpo es un mecanismo vital para su cumplimiento: eso se verifica en la forma de vestir, de

colores son el azul verdoso, su símbolo el *ofá*, un arco y flecha en hierro forjado y el *erukere*, insignia de la dignidad de los reyes de África, que recuerda su pasado como rey de *Kétu* (reino *yoruba* del sudeste de la República del Benin, en la frontera con Nigeria); *Oxalá*, ocupa el más alto puesto en el 'panteón' africano, simboliza la paz y es identificado con el Dios Supremo de la iglesia católica. Su color es el blanco, símbolo de pureza y armonía, y el domingo es el día de devoción, y así sigue una larga lista. A cada *orisha*, pues, se relaciona un arquetipo y una leyenda, rasgos muy frecuentes en las historias de los mitos.

¹⁹ Cuche observa que la palabra *socialización* (de uso corriente a partir del final de los años 30) remite a dos cuestiones fundamentales, en la Sociología y, en especial, en Durkheim. Una de ellas es como el individuo se torna miembro de su sociedad y la otra es, como es producida su identificación con esta sociedad. La base de esta 'solidaridad' entre los miembros de una misma sociedad, estaría en el conjunto de normas sociales y culturales que la compone. El autor no se restringe, todavía, a la concepción durkheimiana y apunta entre algunos de los sociólogos, Talcott Parsons (1954), que ve el individuo como una reproducción de los modelos aprendidos en la niñez; o aún, Berger y Luckmann (1966), para quienes la socialización sería un proceso inagotable, iniciado en la infancia y continuado en la fase adulta. Es igualmente curiosa la noción de Robert K. Merton (1950) según la cual *socialización* es un proceso anticipado de apropiación e internalización de las normas y reglas del grupo al que el individuo anhela integrarse. Esa connotación ofrecida por Merton explica la manera como se desarrolla la socialización a que asistimos en lo cotidiano entre los agentes creadores de la *estética vestimentar de calle* y el público y de esta forma, nos hace comprender la *socialización* como una acción del *sentir común* (*aisthesis*) y de la *simpatía* (Cf. sobre este término, en este texto, nota de pie n. 222). Cf. CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. EDUSC, Bauru: 2002. p. 102-105.

alimentarse, de apreciar e identificar olores, de bailar, en el canto y en la música (Figura 12). Por otro lado, igualmente será un indicador de la convivencia social, actuando de manera tácita sobre actitudes y el comportamiento, contribuyendo en la definición de esa 'tal' *baianidade*.

La teatralidad cotidiana patente en la forma de comunicarse con el otro usando el cuerpo pasa por esa vía anímica. Independiente de su creencia, los baianos absorbieron las múltiples referencias de esa religiosidad, plasmándola en los gestos y en el toque de las manos en su trato diario con los demás.

El sincretismo todavía se manifiesta por otras rutas. El acto de engalanarse ilustra bien la consumación de ese amalgama religioso por medio de los colores de los trajes, extendiéndose hacia el uso de adornos, como largos collares, pulseras y pendientes (Figura 7b, 9 y 11). Esa armonía cosmética no es todavía prerrogativa de iniciados; a cualquier 'simpatizante' del *candomblé* se le puede ocurrir vestirse, por ejemplo, de blanco y rojo en un miércoles, día dedicado a *Yansã* y *Xangô*²⁰, o de blanco, en un viernes, día consagrado a *Oxalá*, costumbre esta muy diseminada por toda la capital. En el apartado 'olor', la religiosidad también estampa su sello en los rituales perfumados y en la culinaria propia del culto.

Las fiestas de largo y lavajes²¹ (Figuras 13a) suelen ser hechas con agua aromatizada, pero fragancias como la lavanda y el agua de azahar son asimismo usadas en la protección personal y en las ofrendas (Figura 13a y b) a las diosas de las aguas dulces (*Oxum*) y saladas (*Yemanjá*). La tradicional culinaria baiana posee tonos, olores y sabores marcados, en gran parte, por un tipo de aceite extraído de la palmera que le da el mismo nombre, el *dendê* (aceite de palma). Es frecuente la presencia de las baianas de *acarajé* vestidas con sus trajes tradicionales (Figura 14), establecidas con sus tableros llenos de golosinas, en puntos de venta dispersos por las calles y plazas de la ciudad. Aunque sea imposible alcanzarles con los ojos, es factible con el auxilio del olfato que luego reconoce su presencia por la señal del olor de su aceite impregnado por todo el aire. El 'perfume' del mar es un dato sensorial añadido a la vida cotidiana, sobre todo a de los que viven más cerca de él. A estos olores se suman otros, en una tierra tórrida y mestiza que hace a todos sudar bastante: los tonos de piel asimismo encuentran correspondencia en la vía sensorial olfativa; así, los blancos huelen ácido (como los lácteos), los morenos, dulce como la canela y los negros, acre como el

²⁰ Dios de los rayos, truenos, de la justicia y del fuego, su símbolo es un hacha de doble filo, y la palanca, atributo de la justicia. Su día de la semana es el martes, sus colores son el rojo y el blanco.

²¹ Los lavajes son parte del ritual de celebración de una divinidad (orisha) y es caracterizada por el uso de 'agua de olor', como es popularmente conocida el agua de azahar, empleada en la limpieza 'simbólica' del local donde se realiza dicho ritual y bajo forma de ablución dirigida a la protección de sus participantes y en las ofrendas de los adictos del culto afro.

vinagre. Una afirmación tácita en esa forma de cualificar los olores de la epidermis, descarta cualquier tipo de prejuicio o percepción subjetiva a este respecto.

Apuntes para la configuración de una *baianidade*.

En el *Pelourinho*, el pasado histórico le ha transmutado en una zona de interfaz donde investigación, religiosidad, tradición, gastronomía, esparcimiento, arte, comercio, turismo, se interconectan con el clima, la topografía, el mestizaje, la convivencia en los espacios abiertos, para imprimirle una inflexión local.

Definir una población por un perfil fenotípico, sería reducirla a un determinismo biológico que ofuscaría sus valores esenciales, además de incrementar el rol de los clichés existentes sobre este tema. Sería asimismo pasar por encima de la creencia de que una sociedad está constituida por *personas* que buscan junto con su perfeccionamiento moral, el progreso de su colectividad. Por eso, al introducir el término 'mestizaje' como un dato a sumarse a los que confieren característica local, se pone de relieve el caldo cultural que ha resultado de la confluencia de los tres pilares étnicos formadores de la nación brasileña: el negro, el blanco y el indígena. En Bahía, ese inicial 'mix' de razas y posterior cambio de influencias internas y externas, se hizo presente muy pronto (diferentemente de otras partes del país), puesto que Salvador fue la primera capital brasileña. Al indígena, autóctono, se unieron los elementos foráneos – europeo y africano –, y cada uno con su patrimonio histórico-cultural, ayudó en la configuración de nuestra cultura. Gran parte de estas influencias se tornaron patentes desde pronto en las indumentarias²² concebidas para la vida tropical, en la gastronomía, en la concepción de los espacios urbanos, en el eclecticismo de las construcciones civiles, oficiales y religiosas, en la heterogeneidad del ambiente cultural y en la conducta colectiva, manteniéndose preservadas hasta la actualidad.

Estos datos, sumados a los que hemos relacionado, proporcionan elementos suficientes para comprender la visión baudrillardiana sobre la complejidad de la composición de la cultura y del *ethos* baianos.

Hemos hablado del clima como un relevante factor de socialización y también de la concepción de la indumentaria junto al legado de cada grupo étnico mencionado. Serían, por lo tanto, estos dos agentes los principales responsables por la constitución de la *baianidade*, como la

²² Para conocer sobre el aporte de estos dos elementos, remito a las obras del sociólogo brasileño Gilberto Freyre: *Casa grande e senzala* (1933), *Modos de homens & modas de mulheres* (1986), *Arte ciência e trópico* (1962).

proponemos aquí y que se han repercutido en la manera habitual de vestir y de concebir la propia apariencia, *con originalidad*. Dichos agentes también señalizan cuestiones relacionadas a la corporalidad – desde el culto al cuerpo fomentado por los medios de comunicación de masa –, al cuidado con el conjunto del vestuario en cuanto a un ejercicio de la vida exterior, *de la socialización*. Esa vivencia²³ patente de la corporalidad y de la apariencia, no deben ser interpretadas como una conducta superficial reveladora de una preocupación exclusiva del baiano con lo que le es conspicuo, por el contrario, ese comportamiento y todas las prácticas volcadas a la exterioridad denotan una permeabilidad a las influencias (del clima, del ambiente natural, de las atracciones de las subjetividades, de las festividades, etc.) que contribuyeron para la modelación de su *modo de ser*.

La totalidad de variables que componen los ambientes natural y cultural baianos, imprime su marca en la informalidad del vestir, se proyecta en trajes de fuertes tintes, a veces escuetos en su elaboración, excesivos, en otras; o en telas de estampas alusivas al propio entorno ambiental y a las raíces culturales, captadas en dibujos de inspiración africana.

Hablar de *estilos* en las composiciones indumentarias, de purismo de géneros en un espacio tan plural, o así mismo, buscar definiciones o caracterizaciones que se encajen en modelos consabidos, es impracticable en un dominio donde las mezclas de influencias culturales son palmarias. ¿Cómo aprehender la convivencia diaria de ritmos de orígenes disímiles como el *jazz*, el *axé*²⁴, el *forró*, música popular brasileña, *gafieira*, salsa, reggae y el clásico? ¿Dónde más se saborearían 'acentos culinarios' tan infrecuentes y a la vez tan familiares, y se vestiría para cada ocasión con igual disposición que se presta al goce de esta macedonia de ofertas musicales, gastronómicas y estéticas allí presentes? Seguramente en un territorio sorprendente como el que proporciona al cliente, en un restaurante local, vislumbrar, desde su acera, una procesión, un desfile de un grupo carnavalesco, una banda musical de alguna corporación, vendedores ambulantes disfrazados para atraer consumidores, espectáculos de danza y malabares. Todo eso acontece en el *Pelourinho*.

A parte de los ritmos calientes, propios del lugar, los *colores* son otro ítem frecuentemente citado por los que se aventuran por la particularización de nuestros trazos culturales. Ellos contagian

²³ El verbo *vivir* posee, en *casi* todo el texto, el sentido asimilado del alemán *Erlebnis*, por Ortega y Gasset, y que designa una experiencia íntima que, consciente o inconscientemente, se incorpora a la realidad del individuo. (Salvat Léxico – Diccionario de la lengua, Barcelona, 1991.)

²⁴ *Axé* es un vocablo de origen *yoruba* que significa 1. el poder vital, la fuerza, la energía de cada ser y de cada cosa; 2. energía sagrada de los orishas. Todavía su uso corriente como interjección, expresa votos de felicidad [¡Que así sea!]. (En BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.) En la década de 90 el *Axé* despunta en el Carnaval de Salvador como un nuevo estilo musical marcado por una mezcla de ritmos producidos por instrumentos de percusión y de cuerdas.

todos los espacios - fijos y móviles -, revelando la efusividad con que se vive lo cotidiano, impregnándose en los paisajes urbano y natural y en cada detalle de la cosmética individual.

Aquí volvemos a Baudrillard y su enfoque sobre la ininteligibilidad de la sensualidad de la cultura brasileña: ella es oriunda de esta interfaz entre agentes naturales y elementos forjados por el conocimiento, la sensibilidad y la mística humanas. Es aquí donde se halla la sensualidad y el *ethos* brasileño de que hablaba en su entrevista y que el sociólogo francés Michel Maffesoli 'adopta' bajo el concepto de 'dimensión táctil de la existencia'. Todo lo que remite a la interactividad entre las personas en sus prácticas rutinarias - en cualquier situación de sus vidas - sean ellas de cualquier segmento social, es por él comprendido como una "atracción de las sensibilidades" (Maffesoli, 1989:35), otra forma de tratar el ejercicio de su concepto de 'tactilidad'. Por otro lado, las teorías sobre la *baianidade* seguirán su curso natural, en la tentativa de encontrar explicaciones para esta *manera de ser* tan particular. (En el Capítulo 6 son desarrollados debates acerca de la conexión entre tactilidad y apariencia, siendo esta analizada como un factor de interacción entre individuos pertenecientes a un mismo contexto social.).

Los hijos de la tierra arriesgan opiniones aproximadas sobre el concepto de *baianidade*, que giran en torno a peculiaridades como la alegría, el despojamiento en las actitudes, la hospitalidad y la extroversión, pero no se arrojan por terrenos más pantanosos en búsqueda de su 'identidad', persistiendo en los tópicos cristalizados a lo largo del tiempo. Parte de estos estereotipos nos han llegado de otras culturas que encuadran como 'exóticos' a los que viven en los trópicos. En la visión del antropólogo baiano, prof. Roberto Albergaria, las teorías sobre la Bahía se han multiplicado en los últimos años, sin embargo, llama la atención sobre dos interpretaciones de *baianidade*: una esencialista y otra deconstruccionista. En la primera, *eticista* y más conocida, Bahía es expuesta como un caldo cultural o racial que la vuelve inconfundible, una "ficción étnica y política ampliamente difundida". Según él, este análisis no es ni falso ni verdadero, simplemente es la versión predominante y por eso 'casi oficial', de carácter simplista, o aún, es la que 'suena' más palpable al sentido común, la que 'aprendemos en la escuela'. En la segunda, la *relativista*, Bahía no es tan esencial y tangible como se cree: ella "[...] no es algo dado inmediatamente al ojo desnudo, sino construido culturalmente a través de mil y una mediaciones simbólicas"²⁵. La *baianidade* surge de un carácter de total dependencia de la apreciación exterior sea de los 'más civilizados', sea de una taxonomía hecha por una élite cultural local, de ese modo, la imagen o la identidad colectiva que

²⁵ ALBERGARIA, Roberto. A Bahia é uma fábula. Entrevista concedida a Cleidiana Ramos, <<http://br.groups.yahoo.com/group/bibliografia/message/195>> [Acceso en: 03 nov 2004].

conocemos no es construida por sus nativos y por eso no representa una *autoconciencia* de lo que es 'ser baiano'.

Concluyendo, la identidad baiana está más cerca de la idealización que de la realidad, fenómeno idéntico al que se verificó con la figura del indígena en el siglo XIX, auge del romanticismo. El mito del buen salvaje, oriundo de esta estética, se diseminó por toda Europa a través de los museos y publicaciones que introdujeron en el imaginario de las personas, la idea romántica del espécimen exótico, representado²⁶ y descrito en textos literarios en su ambiente natural, con sus atavíos, adornos y armas típicas. Igual a lo que ha ocurrido con la imagen de *baianidade*, la del aborígen brasileño asimismo fue configurada 'de fuera hacia dentro' y así traspasada a lo largo de los años, permaneciendo aún hoy en el inconsciente colectivo brasileño.

Somos conscientes de que los mitos se confunden con la vida ordinaria, que para algunos ellos tienen un carácter esencialmente funcional, en la mayoría de las culturas, del mismo modo como tenemos claro que las relaciones interpersonales no pasan de mediaciones simbólicas. El dinero, las mercancías, los servicios, los auxilios, las ofrendas, todo ello no pasaría de instrumentos a servicio de manifestaciones en ese nivel. Por eso, en ciertas ocasiones resulta difícil aislar lo real de lo imaginario, o lo que realmente somos de las proyecciones que hacemos de nosotros mismos. Todo eso se confunde en una amalgama cuyas referencias se pierden a lo largo del camino, resultando una experiencia más, como producto de ese proceso.

A estas alturas ya no sabemos más los límites que nos separan de la visión colonialista, de los mitos que se crearon a nuestro respecto, ni de la autenticidad de lo que hoy somos como resultado de un largo proceso de construcción identitaria. Eso no invalida, todavía, los serios estudios históricos, sociológicos, antropológicos sobre las sociedades brasileña y baiana, pero el problema reside en la subsistencia del modelo representacional y de su influencia en la construcción de la identidad nacional. A pesar de eso, hemos insistido en localizar los elementos identificadores de *brasilidade* y de *baianidade* con el propósito de comprobar su influjo sobre la elaboración de la *estética vestimentar de calle*. Para alcanzar esa meta, hemos acudido al aporte del sociólogo brasileño Roberto Da Matta que nos introdujo algunas cuestiones sobre el *ethos* brasileño.

Sin embargo, antes de adentrarnos sobre algunos puntos de la evaluación de Da Matta, relacionamos otros aspectos relevantes para la composición del comportamiento rutinario, inclusive

²⁶ Para mayores ampliaciones sobre el tema, consultar la obra ilustrada *O Brasil dos viajantes* (Brasil de los viajeros), colección de tres volúmenes, a cargo de Ana Maria Belluzzo y sobre las descripciones, WERNECK SODRÉ, Néilson. *Literatura Brasileira*. Difel, Río de Janeiro: 1982, ambas publicaciones en portugués.

de lo gestual y del modo de caminar de los baianos, que están naturalmente cargados de expresividad.

Factores de orden físico, como la topografía de la ciudad y el clima veraniego, son frecuentemente citados como determinantes de la forma de caminar y de la manera entusiasta de ser de los soteropolitanos, respectivamente. Los ascensos y declives de la capital baiana, según se especula, habrían amoldado un movimiento tal de los cuadriles, que se impondrían al caminar de los habitantes (y, por deducción, de los que viven en localidades de semejante relieve).

La diversidad regional de territorios de dimensiones continentales 'puede' estar condicionada por las circunstancias climáticas y por la situación geográfica que ocupan. Tales circunstancias se aplican vehementemente a Brasil, a quien podríamos considerar un Estado Mayor constituido de pequeñas naciones, en razón de la fuerte influencia del ambiente natural sobre la fisonomía de cada región (y, en algunos casos, de cada provincia) y sobre la economía, la cultura y la etnia²⁷. La fuerte marca de la influencia histórica, a su vez, se visibiliza en la distribución de los grupos étnicos, a lo largo de todo territorio nacional, durante el proceso de su formación. Esto explica por qué en la región sur predomina el elemento europeo, de tez blanca y ojos azules; en el norte, los indígenas y *mamelucos*²⁸; en el nordeste, la mezcla de las tres razas y, especialmente en la capital baiana, la predominancia del negro y del mulato en detrimento de una inexpresiva población castaña.

Pero no es solamente de agentes naturales y de composiciones étnicas que hemos de mencionar, sino de antiguos *hábitos de socialización* que han resistido al tiempo y que todavía los ciudadanos preservan, a pesar de las constantes demandas de cambio la vida moderna. En algunos lugares de la ciudad, aún es frecuente ver a los habitantes de los barrios más periféricos (sobre todo), preservar ciertas costumbres adquiridas de los más antiguos, como poner sillas en las aceras de sus casas para una conversación informal de fin de tarde. Con este mismo intento, varones jubilados se reúnen en la plaza de la Piedad; las amas de casa se congregan para formar cooperativas de trabajo, en sus barrios; los niños de una misma comunidad se apuntan para jugar al fútbol o cualquier otro juego; incluso en una cola del *acarajé*²⁹ se puede dar inicio a una buena

²⁷ Los movimientos migratorios se dieron en función del clima y, consecuentemente, de la economía de cada localidad con excepción de lo que se asistió con los negros en el periodo esclavo (1500-1888), cuya distribución fue hecha por distintas regiones del país.

²⁸ Del portugués, mezcla del indígena con el blanco.

²⁹ Pequeños pasteles que integran la culinaria típica de Bahía, los *acarajés* son preparados con una alubia especial de tono paja, que en portugués se llama *feijão fradinho*, y con la que se hace una masa, triturándola y mezclándola con cebolla troceada y sal. Para freírlos se suele usar un aceite de tono ámbar-rojizo, el *dendê* o (aceite de palma) que le da el mismo color después de frito. El *acarajé* es comida de precepto, traído a Bahía por los africanos, y es habitual en las fiestas dedicadas a las divinidades del *candomblé* (los *orishas*), por los adictos de este culto afrobrasileño. El origen de la palabra

amistad a partir de una conversación, o quizá, a un romance. Así es, en territorio baiano, lugar-vector de socialidad y en donde cualquier situación sirve de pretexto para la comunicación informal y para la atracción de sensibilidades.

El desarrollo de la industria local de entretenimiento ha sido un gran responsable de estas aproximaciones entre los individuos. Ella no se sostendría estrictamente por el incremento del turismo como actividad económica, si no fuera el hábito cultivado por la población, de prestigiar la convivencia en los espacios públicos a través de la asistencia en los distintos eventos que suceden en la ciudad.

En los últimos años, estos eventos se han multiplicado por Salvador con la creación, ampliación, restauración de áreas públicas y mejoría de sus equipamientos, restituyendo al ciudadano local el hedonismo por la vida 'exterior' y por la socialidad. Un buen ejemplo de estas reformas son los cambios sucedidos en el sitio histórico (*Pelourinho*) que, después de un largo proceso de recuperación, ha engendrado nuevos hábitos inspirados en la cultura local, paulatinamente incorporados al cotidiano y al calendario festivo: son fiestas sagradas y profanas, conciertos en las varias plazas, espectáculos de baile y de teatro, todos ellos celebrados al aire libre.

El sincretismo religioso ha sido asimismo señalado como gran responsable de esa colectivización. Como parcela de la cultura, impone su presencia en los actos de fe, en el repertorio festivo (sagrado y profano) de la ciudad, en las actividades votivas de los terreros de *candomblé* y en algunas producciones artísticas, observándose que en todas ellas el *vestido* es uno de los instrumentos de expresión de esta religiosidad.

Salvador transpira sensorialidad, apela despiadadamente a *todos los sentidos*. En el *Pelourinho*, este sensualismo es más pujante que en otros lugares de la ciudad, puesto que desde su restauración se ha vuelto la Meca de 'los que quieren ser mirados'. El sonido diario de los instrumentos de percusión, de los comerciantes vendiendo sus mercancías, de las bandas de música³⁰, el olor omnipresente del *acarajé*³¹, del maíz cocido de los carritos ambulantes, el coloreado

acarajé viene de "acará", que quiere decir 'pan'. Y "ajéum", que significa 'comer' en *yorubá*, dialecto africano. Narran que las baianas subían y descendían el *Pelourinho* mercando "quien va de Acará-ajéeeeeeeum...". Comer *acarajé* o *abará* siempre al final de la tarde, es una costumbre diseminada entre los soteropolitanos y en las poblaciones del litoral baiano. El *abará* es preparado con los mismos ingredientes del *acarajé* con la diferencia de que en él, el aceite es incorporado a la masa y esta es cocida (en vez de frito) en pequeñas cucharadas añadidas a una hoja de plátano. Su color, textura y sabor resultan distintos del *acarajé*, una vez listo: el primero asume un tono exterior amarillento-verdoso, absorbido de la clorofila de la planta; el segundo, un aspecto texturizado y un tono terroso cálido, en función del aceite en que es frito, cuyo tono es ámbar-rojizo.

³⁰ En el *Pelourinho* grupos musicales y cantantes se presentan en las varias plazas de conciertos, cada una de ellas tiene definido un estilo musical: *afro-pop*, *reggae*, *hip-hop*, *samba*, *chorinho*, *axé*, *mpb* (música popular brasileña). Lo mismo ocurre con algunos bares del local, que ofrece un estilo musical a cada día de la semana (de jueves a domingo), a sus clientes

³¹ Cf. n. de pie n° 29.

de la artesanía, los tonos y volúmenes que dan a los trajes (típicos) de las baianas un movimiento especial, la cadencia de los cuerpos que se mueven al ritmo fluctuante de las cuestas, son ejemplos de lo que se presencia diariamente por allí. En *O homem satélite*³², el filósofo baiano Edvaldo Couto comenta que las características culturales de la ciudad - el sincretismo religioso, el paradigma sensorial, la *carnavalização* de los eventos y celebraciones -, y ciertos aspectos de la vida cotidiana como la vivencia hacia el exterior, son categóricos en la concepción de la corporalidad y composición del *ethos* baiano, en una ciudad que estetiza y demanda constante entusiasmo de sus habitantes. El término *carnavalizar*, propuesto por el autor, no debe ser comprendido en el sentido despectivo con que suele ser usado, en Brasil, que es infringir el orden y las costumbres para instaurar el caos y la permisividad. *Carnavalizar*, según la connotación del texto es, dar a un determinado evento, las dimensiones estética, antropológica y sociológica propias del carnaval.

Si apostamos porque el vestir refleja un actitud, es para decir que creemos en la observancia de ciertos aspectos del comportamiento del brasileño como la vía más eficaz para definir entre tales peculiaridades, aquellas que componen el modo baiano de ser. Es inequívoco que, siendo todos brasileños, habremos de revelar puntos en común de nuestra conducta diaria y funcional dentro y fuera del ambiente familiar, como también en las respuestas a las manifestaciones políticas y culturales, observando y resguardando a esta última, las especificidades provinciales y las autonomías. Así como en España, Andalucía, Extremadura, la Comunidad Valenciana, Galicia, etc., poseen sus fiestas, costumbres, gastronomía, clima y paisajes propios, en Brasil se verifica igual fenómeno en cada comunidad autónoma.

Divisaremos, pues, en el elenco de características sobre la *brasilidade* seleccionado por Roberto Da Matta (1990), cuáles de entre ellas han valido de aporte en la delineación del *ethos* baiano y sus probables influencias sobre la estética vestimentar baiana, de calle, pero sin adentrarnos en un estudio sociológico comparado. A partir del análisis cotidiano y de formas multitudinarias de confraternización (destacando el carnaval) él hace una interpretación de la realidad brasileña sobre sus jerarquías, igualdades, aristocracia y cordialidad, condensando su reflexión en dos de sus personajes principales: los malandrines y los héroes. El sociólogo se preocupó en contestar “lo que hace de Brasil, *Brasil*”, debatiendo sobre los caminos que vuelven la

³² SOUZA COUTO, Edvaldo: “As vozes dos donos do corpo: cultura baiana e culto ao corpo”, en *O homem satélite: estética e mutações do corpo na sociedade tecnológica*. UNIJUÍ, Rio Grande del Sur: 2000. (Título en castellano: “Las voces de los dueños del cuerpo: Cultura baiana y culto al cuerpo”, en *El hombre satélite: estética y mutaciones del cuerpo en la sociedad tecnológica*.)

sociedad brasileña única, aunque vulnerable a ciertos factores sociales, políticos y económicos comunes a otras naciones. Da Matta ha evitado cualquier perspectiva taxonómica para definir esta singularidad de la sociedad brasileña proponiendo, en cambio, una profundización sobre nuestro comportamiento, el establecimiento de pautas sobre nuestra identidad a partir de su relación con el espacio urbano (las zonas de encuentro: plazas y calles donde ocurren los festines, las procesiones, la popular 'malicia') y, por fin, de la interpretación del país según sus propios paradigmas y ejes de acción. A lo largo de esa misión, él nos suministra epítetos (o especificidades) que nos han auxiliado en la definición del perfil de *baianidade*, teniendo en cuenta las paradojas que constituyen la complejidad de nuestro sistema social y que lo vuelve singular.

En su lista de observaciones Da Matta resalta términos que integran parte de la 'fisonomía nacional', tales como generosidad, el carácter *exhibicionista* patente en las fiestas, la astucia de los malandrines, el *gregarismo* (o socialidad), la individualidad (tomando el concepto de individuo como "entidad social que pertenece al mundo anónimo de las multitudes"), la práctica de la simbolización, de la ritualidad, la 'cordialidad de los encuentros', la vivencia de la 'exterioridad' de los espacios abiertos, etc. Todo ese manantial de pautas de actuaciones es vivido en la transición del *universo doméstico* hacia el *mundo de la calle*. Comentando sobre la eticidad brasileña, Da Matta deja implícito que tiene como trasfondo una *ritualidad* que se enmarca en la transición de un universo controlado, armónico, reconfortante y protector, como la *casa*, hacia otro que es la *calle*, marcado por movimiento, acciones, novedades, trabajo y por lo que simboliza el mundo: sus imprevistos, accidentes y pasiones. En otros términos, para acercarnos a cualquiera de las dos estéticas sobre las que hemos citado, es fundamental la *observación* de lo cotidiano, de las conductas sociales, el registro de las formas de exposición (o de elaboración de la apariencia) en la transición del terreno racional (*casa*) hacia el simbólico (*calle*).



Figura 1a. (Izquierda) Ciudad baja. Ascensor Lacerda.

Figura 1b Vista de las Ciudades Baja y Alta, con el Ayuntamiento (finca en arcos).



Figura 2. Laguna del Abaeté, con sus típicas dunas de arenas blancas y vegetación.



Figura 3. Cuesta del Pelourinho, Centro Histórico de Salvador. Gran conjunto arquitectónico colonial y patrimonio de la humanidad por la UNESCO.

Figura 4. Finca comercial proyectada por Fernando Peixoto. (Av. ACM).



Torres CEMPRE (Centro Empresarial Previnor), proyecto de Fernando Peixoto. (1994).



Fincas residenciales del mismo arquitecto.





Figura 5a. Enrejado del terrero de *candomblé* "Casa Branca", situado en el Av. Vasco da Gama. Obra del artista plástico baiano Bel Borba (2003) en la que están reproducidos símbolos africanos representativos de este culto africano.





Figura 5b. El artista porteño Carybé, 'encierra' la Plaza del Campo Grande, en el centro de Salvador, con un decorado inspirado en la fauna y flora locales. (Abajo, izquierda.) Detalle del enrejado creado por Carybé para el Museo de Arte Moderno de Bahía.



Figura 6a. Graffiti realizado en un aseo público por un popular que firma Velson (o Nelson ¿?). Barrio del Rio Vermelho.





Figura 6b. Panel en graffiti hecho por anónimo(s), en un comercio cerrado, situado en la Plaza Cayru, Ciudad Baja.



Figura 6c. Panel en graffiti para la fachada de la fábrica de embalajes Lua Nova (situada en el Av. Barros Reis).



Figura 6d. Graffiti en rampas de skate, en el Av. Centenario. Temas y autores variados, con predominio de la figura humana y letras estilizadas.

Figura 6e. En la parte inferior del cartel publicitario, composición abstraccionista, en azulejos, realizada por un anónimo. (Av. do Contorno).



Figura 6f. Graffiti de autor(es) anónimos y con temas diversificados, en un antiguo almacén, situado en el Av. Frederico Pontes, Comércio, Ciudad Baja.





Figura 6g. Panel en mosaico del artista Antonello Labbate, en homenaje al día del descubrimiento de la *Bahía de Todos os Santos*, en el litoral brasileño (01.11.1501) y en el que están representados importantes puntos turísticos de la ciudad y escenas de costumbres (*Av. do Contorno*).



Figura 6h. A la izquierda, mosaico 'monocromático', con la figura de la 'baiana' (con un niño) en su 'postura' y traje típicos. En una de las cuevas del Centro Histórico de Salvador. **Figura 6i.** A la derecha, el panel inspirado en la técnica del mosaico, firmado por Paulo Mello, representa una de las deidades africanas, *Xangô*, el dios de los rayos y truenos, en sus colores e insignias arquetípicas: el blanco y rojo y el hacha, respectivamente. (*Av. do Contorno*).



Figura 6j. Intervención en el espacio público. Piezas en mosaicos, inspiradas en meñires, incrustadas en las piedras de la Playa del Río Vermelho. Motivos extraídos de la cultura, paisaje y fauna locales.

Bloques de hormigón que componen el conjunto de mosaicos, con destaque especial para la figura de la baiana, representada a la sombra del árbol nativo, 'el cocotero'.





Figura 7a. En la secuencia, tal el esquema que muestra cada pieza del traje típico de la baiana:

1. Turbante; faja.
2. Amplios aretes de oro u otros pendientes.
3. Collares de conchas y 'otros'.
4. Chal de *paño de la costa*.
5. Camisa de cribo; blusa de *cabeção* encajado o bata.
6. *Balangandãs* en plata (amuletos).
7. Brazaletes, pulseras, cordones en oro o plata.
8. Falda.
9. ChinELITAS.

Figura 7b. Baianas en su tradicional traje blanco, en la fiesta del *Dois de julho*, durante manifestación religiosa. •Detalle de los adornos siempre muy abundantes y coloridos, que cuelgan del cuello de las baianas. Pendiente en 'hierba dorada', flora endémica de la región central de Brasil.



A la izquierda, detalle donde se evidencia su espíritu religioso, en las tiras del Señor de Bomfim de Bahía, un símbolo de fe entre los ciudadanos baianos y *souvenir* 'obligatorio' para los turistas. En el jarrón, agua de azahar, usada para 'limpiar' el ambiente y proteger las personas allí presentes, de las 'energías malévolas'. Son asimismo símbolo de esta religiosidad y parte de su cosmética, el collar de conchas y el de abalorios en los colores azul y blanco, atributo de *Yemanjá*, entidad de las aguas saladas. Las pulseras, por su vez, son un constante recordatorio del pasado esclavista de sus ancestrales africanos. Al lado, pormenor del traje y adornos.





Figura 8. Ejemplos de la diversidad cosmética de la ciudad de Salvador. A la excepción de la Figura central, arriba, las demás muestran claramente, tanto en los vestidos como en los detalles de los adornos, una fuerte influencia de la indumentaria y elementos de la cultura africana. En la secuencia, (1) estampación con motivos de inspiración africana; (2) tebeos, falda en vaqueros 'personalizada', botas de tacones agigantados; (3) túnica en cintas satinadas, rosario como bisutería; (4) traje en croché y peinado de inspiración africana; (5) acuarela en motivos extraídos de la cultura afrobrasileña, turbante en fibra natural; (6) trenzas en hilos coloreados, bolso en material reciclado.





Figura 9. En fiestas de carácter religioso, como la de Yemanjá, el blanco es el tono predominante en los atuendos de hombres y mujeres, siendo que estas suelen ponerse el traje típico de la baiana, si son adictas del *candomblé*. Al lado, padre e hijo disfrutaron del carnaval en una tradicional cofradía de un barrio de la ciudad, que lleva su nombre: "la mudanza del Garcia". El rojo y el amarillo de las vestes, fueron una 'feliz' casualidad.



Figura 10 La personalización no es una exclusividad de la cosmética, como se observa en las figuras de las trenzaderas, sino que también está presente en los carritos de café, diseminados por los varios rincones de Salvador.





Figura 11. Veraniega, Salvador es una ciudad que 'se permite' una serie de celebraciones en espacios abiertos. La fiesta en homenaje a la diosa de las aguas saladas, *Yemanjá*, es un ejemplar de evento religioso 'exterior' y playero.

Figura 12. En toda fiesta, sea ella religiosa o profana, la música es audiencia indispensable. (Músicos en la fiesta de *Yemanjá*.)

Figura 13a. Los "lavajes" son fiestas religiosas en que la 'sensorialidad' es vivida en todos sus momentos: en su rica plasticidad de elementos simbólicos, en los vestuarios, cantos, bailes y música de alabanza a la(s) entidad(es) homenajeadada(s), en el olor de las flores que le son ofertadas y en el 'agua de olor', como suele ser llamada el agua de flor de azahar que los devotos transportan en los jarrones.





Figura 13b. Flores y regalos (ofrendas) de los fieles para la sirena Yemanjá, diosa de las aguas saladas.



Figura 14. Por la ciudad se encuentran varios puntos de venta de *acarajés* y otros manjares de la culinaria local. Desde lejos se puede sentir su olor característico, dado por el aceite de *dendé*. Las vendedoras suelen vestirse con el tradicional traje de baiana.

CAPÍTULO 4

Capítulo 4:

En torno a una estética de lo cotidiano: la omnipresente creatividad brasileña (baiana) en el espacio urbano.

Palabras clave: CREATIVIDAD, EXPERIENCIA ESTÉTICA, COTIDIANO

Parte de este escrito sobre la estética cotidiana callejera fue fruto de una observación discontinua a lo largo de seis años, interrumpida por una estancia doctoral en España, que duró cerca de tres años.

La relevancia de este dato reside en los beneficios que el tiempo y el espacio aportaron a la investigación, porque fueron factores decisivos en el cambio de mirada hacia la producción artística y a los demás ámbitos de la cultura local, del comportamiento y de la sociedad de Salvador, Bahía.

El distanciamiento del objeto en este decurso de tiempo, así como el contacto con la cultura española, nos ha reservado sorpresas, como por ejemplo, la identificación de características (al mismo tiempo) contrapuestas y afines a la nuestra, que nos ha facilitado la definición de contornos aún más precisos de la estética cotidiana soteropolitana. A partir de esta constatación, fue posible entrever en las minucias que caracterizan la territorialidad de esa estética, la preservación de algunos trazos de herencia colonial, particularmente en el arte del indumento (cf. Freyre, op cit., 1962) y asimismo traer a la superficie algunos trazos de nuestra identidad que hemos asimilado como legítimos, a lo largo de los años, pero sin profundizar en discusiones. Dentro de esta perspectiva, las distintas visiones acerca del espíritu nacional contenidas en los conceptos de *brasilidade* planteados por el sociólogo y antropólogo brasileño Renato Ortiz³³ resultaron providenciales para el entendimiento de una 'supuesta *baianidade*', porque nos permitieron reconocer con mayor nitidez los rasgos locales.

4.1. Consideraciones acerca de la experiencia estética en lo cotidiano.

La observación de lo *cotidiano* en diferentes grupos étnicos ha rendido una amplia literatura antropológica fundamental para la comprensión de la diversidad cultural de las poblaciones

³³ ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira & identidade nacional*. Brasiliense, São Paulo: 2003.

del planeta. Franz Boas, Tylor, Margaret Mead, Lévi-Strauss, son algunos de los científicos que revelaron esa diversidad al mundo, por medio de sus testimonios de convivencia con distintas etnias.

En un principio, la presente lectura se puede confundir con una etnoestética de la ciudad de Salvador, por algunas semejanzas con esta disciplina, no obstante, esta es una tarea de la estricta competencia de los *antropólogos*. En la condición de *artistas-investigadores*, hemos buscado informaciones respecto al arte o a la Estética, motivados por una profunda empatía por el tema e imbuidos por el compromiso académico en explorar y registrar datos pertinentes a nuestra cultura, todavía no examinados. Durante este trabajo de campo, identificamos en *las calles y plazas del Centro Histórico* del espacio analizado, 'fenómenos creativos'³⁴ a los que denominamos de *estética cotidiana*. Las páginas que se siguen, tratan por lo tanto de esta expresión del arte urbano, con un enfoque especial sobre uno de sus productos, la estética indumentar.

A la noción de estética (*stricto sensu*) asociamos inmediatamente, las ideas de arte y de belleza, pero su empleo en el día a día (*lato sensu*) ha sido tan vulgarizado por anuncios publicitarios de clínicas, academias de deportes y gimnasios, que la mayor parte de la población la vincula a estos dominios. El problema de las interpretaciones de los discursos, sea verbal o escrito, pasa por esa cuestión semántica, pues es ella que los nortea.

El fenómeno de la vulgarización de ciertos vocablos y de su apropiación indebida, frecuente a todas las áreas, no podría ser diferente en la filosofía. Todos sus conceptos relacionados al *arte* como estética, belleza y creatividad, incluyéndole a *él* como propio, se mimetizan conforme los modismos y las conveniencias. Por otro lado, las desviaciones de la semántica pueden ser de gran auxilio al investigador atento, enriqueciendo su léxico, como también puede ocasionarle problemas de interpretación.

Guiados por este criterio, iniciamos el texto hablando sobre la esencia del arte que es la *creatividad, un matiz de la inteligencia (global) del individuo, diseminada en distintas áreas del conocimiento y de la vida práctica*. Siguiendo este principio, la categorización de arte como un producto *exclusivo* de artistas 'de formación', sería negada en favor de la ampliación de ese concepto con el propósito de inclusión de *creadores autodidactas*.

³⁴ La *espontaneidad* es una característica del baiano y es por él expresada de varias formas: en el modo de comunicarse, sea en su trato con los demás (en los ambientes informales y formales) o en su forma de vestir, en su manera de actuar en situaciones habituales e infrecuentes y en la forma de crear. (Conferirla en el desarrollo de la poética y del proceso creativo de dos brasileños, el carioca Gabriel Joaquim dos Santos, con su obra la "Casa da Flor", disponible en la web: <<http://www.casadaflor.org.br/gabriel1.htm>> y el baiano Estêvão da Silva Conceição, nombrado el Gaudí brasileño por la BBC, en la página: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2007/10/071017_casaexotica.shtml>, <http://www.terra.com.br/istoegente/166/reportagens/estevao_conceicao.htm>

Es relevante recordar que algunos de los creadores de las décadas de 60 y 70 volcados a las prácticas Fluxus, neodadaístas, happenings (en la calle) y mitologías individuales, eran defensores de que la creatividad era un capital común a todas las personas. Robert Filiou (1926), por ejemplo, ha llevado “a las últimas consecuencias el postulado de que el arte no es sólo lo que hacen los artistas. [...] La creatividad es patrimonio de todos”³⁵. Vostell³⁶ (Fluxus, 1976), cuyos programas artísticos incluyen el arte del comportamiento, la ritualización y estetización de la 'vida encontrada', aseveraba que el *arte* no sólo estaba en los objetos, sino también en el ritual del hombre y en las acciones realizadas con estos objetos. Él no se refería *directamente* al término creatividad, sin embargo hablaba de su presenteísmo en nuestras vidas a través de las prácticas (rituales)³⁷ cotidianas de las personas.

En una segunda instancia, la *creatividad* fue examinada como *un dato presente en lo cotidiano*, manifiesta en modulaciones forjadas con el objetivo de establecer una forma de intercambio con las personas en el que la *imagen* – sea a través de un texto o de la *aparición* del comunicador –, o mismo un *objeto* de diseño original, jugase un papel relevante en ese proceso. Esta concepción más actual, le confiere la autonomía y elasticidad de interpretación necesarias al diálogo sobre sus variaciones cotidianas, al mismo tiempo en que nos permite estimarla como uno de los trazos que definen *nuestra cultura*³⁸. A este respecto, es oportuna la colaboración del sociólogo Michel Maffesoli (1996), al hacernos rememorar el potencial creador inmanente al ser humano, traducido en la expresión *Homo aestheticus* y en brindarnos una concepción polisémica de *creatividad*, al aludir a la creciente 'estetización de lo cotidiano', revelándonos su capilaridad en la vida ordinaria.

De ese modo, podemos comprender toda causa empeñada en el rescate del concepto

³⁵ Simón Marchán Fiz: *Mitologías y nuevo reduccionismo*, en *Del arte objetual al arte del concepto (1960-1974): epílogo sobre la sensibilidad “postmoderna”*. Antología de escritos y manifiestos. Akal, Madrid: 1986-2001 p. 225.

³⁶ Cfr. Fluxus y fluxfilms: 1962 – 2002. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Madrid: 2002.

³⁷ En la concepción de Roberto Da Matta, estos rituales de la vida diaria son constituidos de elementos triviales del mundo social, que pueden ser desplazados y transformados en *símbolos*. Estos, en ciertos contextos, permiten engendrar un momento especial o extraordinario. Es en este proceso que “las cosas del mundo”, según observa, adquieren un sentido diferente y pueden expresar más de lo que exprimen en su contexto normal. Significa decir que, el universo del ritual, siendo él señaladamente arbitrario y puramente ideológico, es el 'terreno' ideal de la imaginación y compatible, por lo tanto, con los principios y la práctica del arte, pues lo que hace es permitir que hombres se vistan de mujeres, adultos de niños, pobres de nobles y hombre de animales, siendo las posibilidades infinitas y variables (1990: 63, adaptado). [Cf. Roger Caillois y las saturnales romanas, p. 203.]

³⁸ En el periódico local *A Tarde*, un reportaje muy pertinente al universo del indumento intitulado “A roupa que nos despe” (“La ropa que nos desnuda”) trata de una práctica vestimentar baiana también muy distendida en otras localidades del país. Son camisetas de malla que exhiben de modo creativo y provocativo, frases de humor que ilustran el carácter juguetón de la gente, al mismo tiempo que incitan la curiosidad ajena, pues la idea que se ve expresada en su anverso solo se concluye en el verso, exigiendo la 'mirada participativa' de los que pasan por la calle. (MOTTA MAIA, Adinoel: “A roupa que nos despe”, em *A Tarde*, Caderno 2. Salvador: 14 abr 1991. p. 5.)

goethiano de arte-vida (incluso, la suya), con fines a legitimizar las múltiples inflexiones de la estética cotidiana. Para captarlo más precisamente, hemos localizado en la teoría estética alemana, el término *kunstwollen* [impulso artístico propio a cada conjunto social (A. Riegl), también traducido como 'voluntad artística'], para mostrar que son los lazos culturales compartidos por individuos de un mismo grupo social, los responsables de la modelación del *ethos*, es decir, del *modo de ser* identificador de cada cultura. Es el equivalente a decir que "cada cultura es movida por una *pulsión artística* interna, analizada por criterios que le son intrínsecos"³⁹. En la óptica de Riegl, este principio es aplicable a nuestro sistema cultural, como a cualquier otro. El *kunstwollen*, corrientemente definido como un 'impulso artístico con el que se caracterizaría cada corriente artística – barroca, neoclásica, gótica, etc.' –, asimismo nos orientaría en la dirección de la *autopoiesis*⁴⁰ (autoproducción) 'de una *estética cotidiana* o mismo de un arte indumentaria de calle (local, baiana)', legitimándola como un producto estético inscrito en contexto cultural brasileño. Esto nos permitiría corroborar, respaldándonos en algunos ejemplos facilitados por Maffesoli, "la existencia de una *estetización de lo cotidiano de lógica propia* explícita en los bazares kitsch, en los puntos turísticos y en la *explosión de la vestimenta que da a las calles su aspecto diversificado*"⁴¹ (subrayados nuestros). Es en el contexto de esa autopoietica expresada en las múltiples modulaciones que la *estética cotidiana* asume en *nuestra* cultura, que destacamos la *estética indumentar*. Su identificación representó para nosotros, el vestigio de una *creatividad* omnipresente en la vida rutinaria, si bien, en ciertas situaciones o en los objetos originados por ella, hemos percibido que las aportaciones gravitaban en torno al 'revisiónismo' y, en otros, al 'sorpresivo y original'. Esa autenticidad se manifestaba en *acciones intencionales* (Huidobro) o, en otras circunstancias, en una *acción no intencional*, más bien azarosa o, en la suma de estas dos, cuya resultante era un artilugio 'romántico' de los que tienen que reinventar lo cotidiano para *sobrevivir*.

Estas observaciones son muy bien ilustradas en las declaraciones de los entrevistados, en el Capítulo 5, no obstante, citamos como ejemplo del primer caso, en el que hay revisiónismo, los carritos de café, que son originalmente juguetes de niños, pequeños camiones fabricados por ellos mismos, cuya idea fue aplicada con una función específica y al cual se añadió la música, para atraer

³⁹ V. en Maffesoli, op.cit., p. 148.

⁴⁰ *Autopoiesis* fue la palabra que los biólogos chilenos Humberto Maturana y Francisco Varela crearon para explicar la vida. *Poiesis* preserva la misma raíz de poesía y significa el acto creativo. La idea básica es la de un sistema organizado, autosuficiente. Para ellos, la vida es autopoietica porque se crea y se reinventa a si misma. [N.T. en JEUDY, Henry-Pierre. *O corpo como objeto de arte*. Estação Liberdade, São Paulo: 2002. p.157]

⁴¹ Maffesoli, *Ibid.* (Adaptado)

a los consumidores. El caso que juzgaríamos como la 'pura originalidad', es del vendedor de tarjetas de teléfono, que por una cuestión de comodidad, ha hecho de su tablero de tarjetas una pieza del vestuario, dejando sus manos libres para cumplir su tarea. En cualquier situación, el concepto de creatividad con la que nos hemos ajustado, es la más 'pura' en el sentido naturalista del término (acrisolada) y que está vinculada con la estética de calle. De esta forma, la afiliación a la diada *arte-creatividad* (en vez de la habitual conjunción *arte-belleza*) nos ha facilitado recuperar, para el campo de la Estética, algunas formas de expresión antes marginadas, como *el arte vestimentar de calle* y lo relacionado al terreno de la *cosmética*. Entendemos, así, que la noción de arte vinculada a la belleza, además de decimonónica, puede estar sujeta, en determinadas circunstancias, a un gusto individual (lo que resultaría inadmisibles para la Estética) o predominante. Cuando asociada al *gusto* (F. Balduino, s. XVII, *Notizie del professori del disegno de Cimabue in qua*), el arte es susceptible de valoración popular y se revela una señal de una época, asumiendo un carácter mutante, renovable, como nos instruye la historiografía del arte.

Dicho esto, avanzamos hacia otros conceptos como *Estética* y, posteriormente, *cotidiano*, buscando entre ellos una articulación que nos posibilite dialogar en los términos de una *estética cotidiana*.

Sabemos que Estética es toda teoría que se refiere al arte o al concepto (filosófico) de belleza, sea del punto de vista metafísico, fenomenológico, metodológico o como complejo de observación técnica y de preceptos que puedan interesar a artistas, críticos e historiadores⁴². En palabras de Humberto Eco, es un discurso reflexivo, de naturaleza filosófica, acerca de aspectos genéricos del arte, de la actividad y de la producción artística (las obras de arte): "...se entiende por *Estética* la indagación especulativa sobre el fenómeno arte, en general, sobre el acto humano que lo produce y sobre las características generalizables del objeto producido"⁴³. Con lo cual se infiere que el uso corriente del término, es designado para aludir como *estética* o *estético* aquel objeto que conlleva las características con las que él es reconocido como tal. En este caso, estarían excluidas todas las tentativas de adjetivación del vocablo en función de una semántica que lo determine de modo especulativo, como lo hace Dufrenne. Según nos aclara, el *objeto estético*, diferentemente del mero objeto, solo se realiza en la *percepción estética*, en la medida que esta busca traspasar la apariencia para pensarlo conforme la idea y aprehenderlo en relación al mundo exterior que lo constituyó como objeto. Por lo tanto, el *objeto estético* está doblemente vinculado al terreno de la

⁴² Pareyson, p. 16. (Adaptado)

⁴³ ECO, Humberto, s.d., 179-180. (Subrayado nuestro.)

subjetividad: la del espectador, de cuya percepción el objeto necesita para su epifanía y del creador, quien presta al objeto la actividad para su creación y a través del cual se expresa.

Ampliamos este debate con la introducción del significado de *cotidiano* que traspasa su noción de temporalidad, estricta a la convivencia con un mundo exterior en contrapunto al universo doméstico, para comprender, dentro de la complejidad de la vida social, *nichos* como el hogar, el trabajo, la comunicación, el consumo (Maffesoli: 1996). A este sentido de cotidiano, articulamos una concepción de *estética* inspirada en el pensamiento kantiano e interpretada como *matriz de la vida común*⁴⁴ y *de la emoción compartida* (Maffesoli: op.cit.:13). Por ello comprendemos 'el asentimiento tácito en las experiencias sensoriales que legitima lo que es o no estético o artístico' (lo que no significa una objetivación del gusto), razonamiento que corrobora la noción croceana de que 'arte es aquello que todos saben lo que es'. Defendemos el amparo de otros posicionamientos que se sumaran a los pensamientos de Kant y Croce – ambos respaldados en la intuición -, pero que admitiera la resonancia de lo sensible y de lo estético en la vida común. Esa aportación rebasa en una amplia noción del tema formulada por Umberto Eco (s.d.:179-80)⁴⁵, en la que se permite considerar estéticos aquellos eventos y objetos cotidianos sobre los que hemos mencionado en este capítulo. Él asevera que la Estética se constituye en un discurso de carácter filosófico sobre aspectos genéricos del arte, de la actividad creadora y de su producción (las obras de arte): “se entiende por estética la indagación especulativa sobre el fenómeno *arte en general*, sobre el *acto humano* que lo produce y sobre las *características generalizables del objeto* producido” (Subrayado nuestro).

Otra colaboración nos aporta Dufrenne, para quien el arte es “la irresistible y magnífica *presencia de lo sensible [...] una manera de ser que consiste en aparecer*”. A raíz de este enunciado está la conciencia de que la creación (artística) o mismo la *experiencia estética*, supone una materia preexistente que se revela a los sentidos a través de la *apariencia*⁴⁶. Visto por un prisma *sensorial*, es

⁴⁴ Prof. Dr. Monclar Valverde en un artículo sobre Estética, resalta la característica *receptiva* del término en el punto de vista etimológico kantiano (*aisthesis*, el sentir común), haciendo referencia a nuestra capacidad en “acoger el mundo exterior a través de los sentidos, como un 'hecho' que nos viene al encuentro, añadiendo que en este significado el carácter estético de la receptividad no se ciñe a la producción artística, sino que comprende la percepción del mundo como realidad física. Su perspectiva acerca del tema a partir del enfoque de la *receptividad* es muy pertinente para el discurso presentado en el Capítulo 3, centrada en parte, en el desdoblamiento de la *experiencia estética* para quien la 'vive', ante el dato fenoménico. (VALVERDE, Monclar, *Sentido y plasticidad*. Disponible en la web: <<http://www.facom.ufba.br/Pos/monclar/sentidii.html#itens>> [Acceso en: 18 sept. 2004])

⁴⁵ Citado por F. MOTTA, Paulo A. *A reflexão estética sobre a arte*. Universidade Federal de Juiz de Fora. 1º semestre de 2005. Disponible en la web: <http://www.artnet.com.br/~pmotta/filo_estetica_cap2.rtf> [Acceso en: 11 sept 2005].

⁴⁶ En la clasificación general de las artes, Kant (siglo VIII) escinde las bellas artes, en “artes de la verdad” (arquitectura) y “artes de la *apariencia*” (la *pintura*) y cuanto al modo de expresión, él reconoce la corporalidad como un trazo immanente a la pintura, al considerarla (junto con la escultura y la arquitectura) “el arte de los gestos”.

la epifanía de los sonidos, colores, olores y de formas, que agrupados, patrocinan el sensualismo cotidiano. El *sentido* de los términos *estética* o *arte* que hemos acatado, una vez empleados para caracterizar el *sensualismo*⁴⁷ *cotidiano*, se ve emancipado del significado distendido por la *estética tradicional* que tiene en la *belleza* su principal objeto de estudio. De cualquier modo, no podemos negar que en el *proceso perceptivo* (de apreciación de un acontecimiento o de un objeto, o de captación de lo sensible) esté incorporada la noción de armonía – a la que muchas veces asocian el *bello* –, considerado uno de los fundamentos de la *percepción* (y de la Estética, con mayor o menor ecuanimidad) y que *esta*, a su vez, esté circunscrita como *propiedad de conocimiento* palpable, emocional y *sensible*, de la realidad.

El sentido de *estética* aplicada a las manifestaciones localizadas en lo cotidiano nos fue inicialmente infundido por el pensamiento maffesolino, que la interpreta conforme la concepción kantiana de un arte generalizada, presente en los varios aspectos de la vida social: “La potencia colectiva crea una obra de arte: la vida social en su totalidad y en sus diversas modalidades. Es [...] a partir de un arte generalizado que se puede comprender la estética como facultad del *sentir en común*” (Maffesoli, 1996: 28) Conforme este autor, la función de la estética es “resaltar la eficacia de las formas de simpatía y su papel de 'lazo' social” (Ibíd.: 33), a partir del entendimiento de que son los imaginarios, las situaciones y experiencias rutinarias compartidas en la vida social, las que responden por la concordancia orgánica que promueve el acercamiento entre las personas. La *estética* (a través del universo la *apariciencia*) menos que un concepto, asumiría, en la óptica de Maffesoli, la doble y capital tarea de comprender la necesidad de 'estar-junto' (la correspondencia orgánica a que nos hemos referido anteriormente) y de, a partir de este 'estado', promocionar 'nuevas formas de solidaridad'. Pareyson añade al pensamiento del sociólogo, la importancia de la *reflexión especulativa acerca de la experiencia estética*. El autor subraya el valor de la Fenomenología (que tiene como objeto de investigación los datos concretos recogidos de la *experiencia*) para la construcción del pensamiento filosófico a través de la Estética, reservando a esta el espacio abierto a la convivencia de estudiosos de diversas áreas, que reconocen la estrecha conexión entre *experiencia* y *filosofía* y que, además, perciben en (la pluralidad de) las *experiencias*, la materia indispensable al ejercicio reflexivo de la filosofía y tienen a ésta como el paradigma científico que *las* interpreta e instituye:

⁴⁷ La idea de que la *experiencia estética* se origina y al mismo tiempo se regocija en los *sentidos*, viene de Aristóteles, por lo tanto, históricamente anterior a la noción kantiana de la cual toma subsidios para afirmar que *dicha experiencia* se refiere tan sólo a la 'forma' del objeto, ampliando el concepto aristotélico al admitir que el placer suscitado por *ella* se funda en la *sensación*, pero también en la imaginación y en el juicio.

La estética se vuelve [...] un punto de encuentro [...] en el cual tienen derecho de hablar los *artistas*, los críticos, los *amadores*, los historiadores, los psicólogos, los *sociólogos*, los técnicos, los pedagogos, los filósofos, los metafísicos, con la condición de que [...] estén atentos al punto en que la experiencia y filosofía se atañen, la experiencia para estimular y verificar la filosofía y la filosofía para explicar y fundamentar la experiencia. (1984: 21).

A su modo de ver, el contacto con el arte, sea por medio de la experiencia directa o de observaciones que se extraen de ella, no es suficiente para la construcción de una estética verdadera, pues para esto es menester la reflexión filosófica propuesta por la filosofía, acerca de dichas experiencias.

Introducción al concepto arte-vida.

Arte, vida, presente y cotidiano - ¿qué puntos en común habría entre estos vocablos en la composición de una estética actual en la visión de Maffesoli? Refiriéndose a W. Benjamín, el sociólogo pone acento en la importancia de lo *cotidiano*, de lo *imperceptible* y del *detalle*, reconociendo en este conjunto, el material de la *experiencia estética*. Maffesoli busca mostrar con eso, 'como la magia del detalle y de lo fútil', son indicadores del interés por el *presente* y al mismo tiempo la matriz inspiradora e instauradora de la Postmodernidad. Por otra parte, este mismo enfoque nos permite divisar un carácter multifacético de la experiencia estética todavía inexplorado. El posicionamiento a favor de un *arte* que sea sinónimo de la propia *vida*, lo retoma del romanticismo alemán, basado en la locución *Gesamtkunstwerk* - 'obra de arte total' -, para expresar el 'presenteísmo de la estética en el conjunto de la existencia', reivindicando una concepción más amplia del término (*arte*), que admita identificarlo fuera de los límites estrictos a la producción artística. Él refuerza esta postura, tomando como apoyo lo que llama de "triumfo de Marcel Duchamp" que es la 'trivialización' del arte a través de la presencia imperiosa del objeto. Maffesoli recurre al *objeto*, para establecer con él un paralelismo entre su omnipresencia y el de la *estética* en la vida diaria y a partir de ese contexto, plantear a este último nuevo significado como "para describir el *ambiente* general de una época en que nada más es verdaderamente importante, lo que hace que *todo adquiera importancia*"⁴⁸ (Ibíd.: 13). Eso dicho, "el tiempo presente, los hombres presentes, la vida presente"⁴⁹, como diría el poeta brasileño Drummond, 'pasaría a tener un valor central en la vida

⁴⁸ Subrayados nuestros.

⁴⁹ En el original, "O tempo presente, os homens presentes, a vida presente", verso del poema *Mãos dadas* (Manos dadas), de DRUMMOND de ANDRADE, Carlos. *Sentimento do mundo*. Río de Janeiro, Record: 1995, p. 161.

social, en todos los pormenores en que ella se revela: sus tonos, mosaicos y caleidoscopios de cosas cambiables⁵⁰.

La Revolución Industrial tuvo una participación inequívoca en la conquista de la condición totémica del *objeto* en la vida cotidiana, pulverizándolo por los hogares, ambientes de trabajo, locales de esparcimiento, de culto, etc. Su introducción en el arte, consecuencia de la popularización que conquistó con el surgimiento de la sociedad de consumo, se dio gracias a la osadía e imaginación del revolucionario Marcel Duchamp. Con la creación de su *Fuente*, el artista ha inaugurado una importante fase en la Historia del Arte y en la Estética, introduciendo un nuevo concepto de obra de arte que influyó sobre la producción artística desde los años 50 hasta la actualidad. A partir de este marco, el presenteísmo del *objeto* pasó a ser un fenómeno observado en los programas de pintura, de escultura, en instalaciones (espacio por excelencia del objeto), happenings, performances y proyectos multimedia. En la pintura, especialmente, estos cambios fueron más radicales que en otras modalidades artísticas. Los pintores inicialmente han traspasado las barreras de la planimetría en dirección a la añadidura de relieves (v. Millares), rompiendo enseguida con el cuadrilátero, e introduciendo, *a posteriori*, el concepto de pintura-objeto. La escultura también alcanzó algunas innovaciones, sobrepasando, en principio, el uso estricto de materiales convencionales como la arcilla, la piedra, la madera, el hierro, en la hechura de sus piezas, para incorporar objetos industriales como un recurso alternativo de creación.

Dentro de ese panorama 'objetual' no podemos desconsiderar la vulnerabilidad a que el artista expone su creación en el momento en que elige un determinado objeto industrial. La condición impuesta por la *categoría* del objeto, más que la obra *en-sí*, es muchas veces la causa de esta vulnerabilidad. Sobre el 'caso Duchamp', lo que se ha observado en los debates de la Estética y crítica de arte, es que se han centrado más en el carácter subliminal de la *elección* que en el género del objeto. Transponiendo este análisis para el *vestido (per se)*, es menester señalar algunos aspectos que le dan una complejidad aún mayor, respecto a otros objetos también industrializados: la relación usuario(consumidor)-producto. Tras esta correspondencia se ocultan varios epítetos que lo torna 'especial' y que sobrepasen su funcionalidad: así lo vemos, entre los os objetos más *ostensivos, codiciados, popularizados, estetizados y transformables*, que la industria produce. Como esa 'adjetivación' repercute sobre quien lo porta, el efecto ocasionado por su exposición sobre el público es asimismo una preocupación de este sondeo. En esta circunstancia, hemos considerado

⁵⁰ Adaptado de Maffesoli, op. cit., p. 13.

un estado de *pertenencia* que no se registraba en el ejemplo de Duchamp: el objeto (el vestido) posee una significación solamente en la proporción de su correspondencia con el cuerpo de su usuario. En Duchamp, en cambio, esta concordancia es sólo ideológica, el cuerpo del artista 'no participa' del juego semántico fundado por el propio objeto. Además, en la composición *cuerpo-vestido*, la 'corporeización' de todo aquél caudal de valores que resaltamos pertinentes al vestido, convierte al ataviado en una figura totémica de dichos valores.

Las reflexiones que pueden derivar de esta discusión son infinitas, principalmente si profundizamos en el tema del *cuerpo*, si nos fijamos en la carga histórica y simbólica que él conlleva desde el principio de la humanidad hasta los días actuales. Pero de la misma forma que aquél que investiga el cuerpo prescinde de 'lo que viste', también nos hemos eximido de la exhaustiva tarea que es plantear cuestiones a él relacionadas, pues cada uno de estos temas exige igual dedicación. Por eso lo hemos considerado esencialmente un soporte que sufre transformaciones producidas por prácticas 'cosméticas' (adorno, engalanamiento, maquillaje, etc.), que le confiere un diferencial en comparación con otros 'cuerpos'. Por otra parte, estas mismas prácticas nos legaron el arsenal terminológico y conceptual necesarios a la construcción de nuestro discurso.

Retomamos el cuádrinomio - arte, vida, presente y cotidiano – para introducir *la noción de arte* del filósofo italiano Luigi Pareyson (1966), en conjunción con el concepto de creatividad al que nos hemos afiliado, desde el principio.

El arte, que para él es *formatividad*, puede ser identificado en todas las actividades humanas, conforme a su declaración: “[...] es necesario reconocer que hay arte en toda actividad humana. Sin 'formatividad' ninguna actividad es bien sucedida en su intento. En toda obra humana está presente un lado inventivo e innovador como primera condición de toda realización” (Pareyson, 1989: 36). El arte es una entidad autónoma y toda obra es un “hacer con arte”, lo que pone el ejercicio de la *formatividad* una práctica *cotidiana* movida por la 'invención del modo de hacer'. En este sentido, *el concepto* sobrepasa el aspecto estrictamente fabril del vocablo 'hacer' para incluir las actividades que también exigen ponderación y actitud, puesto que toda acción requiere del intelecto una 'innovación' de este hacer, desde la perspectiva del autor. En su interpretación, el arte es una operación en la que práctica e invención caminan simultáneas e inseparables, donde el “aspecto realizativo es [...] intensificado, [y] unido a un aspecto inventivo” (Ibíd.: 32).

La *estética cotidiana* se enmarca en la teoría de la *formatividad*, como producto de la 'invención, figuración y descubrimiento', que son principios regentes de la actividad humana y se

encuentran en la base de esta teoría. Estas 'guías' se condensan en la *innovación* característica de sus productos, reconocida por Pareyson como un trazo de la actividad humana. Así, lo que vemos en el espacio urbano son *productos* de la *creatividad*, que se *renuevan* con la urgencia que exige la dinámica de la vida cotidiana. Es donde los eventos son efímeros, por contingencia, pues 'siendo una realidad constantemente *reinventada*', todo lo que son esbozos o ideas tiende a 'tomar cuerpo', porque 'el espacio' se lo exige. En este sentido, la *estética cotidiana*, impulsada por las prácticas de sus actores callejeros aúna las dos nociones básicas defendidas por Pareyson e identificadas en sus producciones: *invención* y *ejecución*.

La rutina de la capital soteropolitana, se nos ha presentado un nicho favorable a revelaciones de este tipo, un 'tiempo-espacio' en el que la creatividad encuentra el terreno propicio a su epifanía y en donde la expresión *modo de hacer* gana contornos y tintes especiales en objetos, servicios y acciones. Sea en los carritos de café, que exhiben colores y dibujos exclusivos, en la exposición y divulgación de un producto sobre las ruedas de una bicicleta o de la silla de un vendedor, en los carteles con decires creativos (y casi siempre graciosos), en los murales pintados en las fachadas de los establecimientos comerciales de barrios populares o en los salones de belleza 'improvisados' esparcidos por las plazas y calles del Centro Histórico (cf. las fotos al final del capítulo), y así en adelante. La multiplicidad de los ejemplos es la prueba del constante ejercicio de la creatividad y de la renovación de la vida cotidiana a que aludimos.

Ante los hechos, hemos deducido que una parte de esa *estética* es una estrategia de supervivencia creada por una parcela de la población, que pone la creatividad a servicio de su bienestar, por otro lado, estos mismos hechos nos pone como interrogante, 'si *la* identificaríamos entre otras poblaciones que viven en semejantes circunstancias', o si 'habría manifestaciones semejantes en sociedades donde las necesidades básicas y el trabajo de los individuos son garantizados desde su origen'. Es cierto que no hay poblaciones más creativas que otras, sino culturas que al hacer uso distinto de la creatividad, le confiere múltiples aspectos en la vida común. Presumimos que este sea uno de los diferenciales que vuelve la identificación y aprehensión del producto cultural de una sociedad, una problemática para el extranjero, razón por la que delegamos al antropólogo, especulaciones a cerca de la influencia de 'filtros culturales' en la comprensión de los distintos grupos sociales.

La conducta que hemos adoptado con relación a ciertos términos polémicos, ha limitado nuestra postura, sin todavía generar discusiones interminables, ya que todos ellos se orientan por

ese camino. Con esta determinación, levantamos cuestionamientos en el decurso del texto, que se van desplegando en problemáticas pertinentes al objeto de la tesis: *el uso de la indumentaria como vehículo de expresión y de elaboración de la imagen personal y sus implicaciones en el intercambio social*.

¿Qué nos hace identificar como estéticos estos eventos o expresiones rutinarias? ¿Qué acepción del vocablo valoraría estos 'fenómenos' como estéticos? ¿Cuáles serían los criterios para evaluar su valor estético? ¿Su valoración estética no estaría incorporada al propio hecho o objeto artístico? Estas fueron algunas de las preguntas que nos planteamos para la definición de las hipótesis inicialmente prescritas y de las que nos iban surgiendo en el desarrollo del trabajo. Las respuestas a estas indagaciones contestadas, en parte, por la *teoría de la formatividad* (Pareyson), han encontrado mayor respaldo en la *Postmodernidad* (v. Capítulo 6) donde las fronteras de lo *estético* exceden las de la Modernidad, resultando una apertura conceptual que permitió la inclusión de prácticas y programas artísticos todavía al margen de los discursos estéticos, de la historiografía y de la crítica de arte. Esta apertura ha implicado la escisión con el pensamiento moderno que concebía como '*estético* o *artístico*' sólo el producto de la creación de artistas. La Postmodernidad, en cambio, ha ampliado esta perspectiva al abrir espacio para la reevaluación de conceptos cuyo empleo se atestigua en la incorporación de *prácticas cotidianas*⁵¹ (acciones, intervenciones y expresiones) identificadas en el espacio investigado, y que antes eran desvinculadas del campo de especulación filosófica.

Además de acogerlas al terreno estético, la Postmodernidad ha admitido también expresiones que, al contrario de *aquellas*, se encontraban más bien relacionadas con la *poética* (*techné*) como las 'artes del cuerpo' (el tatuaje, el peinado, la indumentaria, la pintura corporal, los adornos, accesorios), todas ellas inicialmente 'visitadas' por disciplinas como la Antropología, la Sociología y la Psicología, y que, posteriormente han logrado conquistar la atención de la Estética.

⁵¹ Sobre "prácticas cotidianas" *espectaculares*, recomiendo la lectura sobre etnoescenología, una nueva disciplina que nació junto con la fundación de la sed de la UNESCO en París, en 03.05.1995, a través de los textos de su fundador, Jean-Marie Pradier y del Prof. Dr. Armindo Bião (BIÃO, Armindo y GREINER, C., [orgs.], "Etnocología, uma introdução", en *Etnocología textos seleccionados*, Annablume, São Paulo, 1999). La disciplina en cuestión se propone a estudiar las prácticas y los comportamientos humanos espectaculares de los diversos grupos étnicos y comunidades culturales en el mundo. Inicialmente volcada al teatro y a la danza, ella ha extendido su objeto de estudio hacia los espectáculos, rituales, ceremonias e interacciones sociales, en general. Es importante resaltar que el uso del término *espectacular* en la etnoescenología "designa una variable [...] que se refiere a un modo específico de tratamiento de la información sensorial cuando la intensidad de un objeto percibido contrasta en relación con el ambiente. Su sentido demarca, además, una de las dimensiones del objeto estudiado que es la *relación* que se establece *entre los individuos*". "Es espectacular lo que se destaca de la banalidad de lo cotidiano, de la llanura de la existencia, en un evento construido, asegurado y asumido por uno o más *performers*". (PRADIER, Jean- Marie: "Etnocología: a carne do espírito" (Traducción de Armindo Bião), en *Repertório teatro & dança*, v. 1, nº 1, Universidad Federal de Bahía, Programa de postgrado en artes escénicas, Salvador: 1998, pp. 9-21.)

Referencias de la Modernidad para un discurso postmoderno.

Cuando se habla sobre Postmodernidad se establece una asociación cronológica e inmediata con el momento histórico actual, pero otra manera de explicarla es por medio de autores, que por sus idiosincrasias y estilo marcado, se adelantaron precozmente a su tiempo, como el poeta y escritor Charles Baudelaire.

El espacio que franqueamos aquí es consecuencia de esa precocidad artística que lo hizo *postmoderno* en plena *Modernidad*, por su carácter visionario que le permitió extender sus reflexiones hacia temas contemporáneos concernientes no sólo al arte, sino también a la *estética cotidiana*.

El perfil precursor de Baudelaire se ha manifestado desde el instante en que él se ha decidido por tratar la Estética de forma anticonvencional, eximiéndose de las habituales consideraciones metafísicas, introduciendo, en este terreno, temas originales y contemporáneos, para su época, que anunciaban los debates acerca de conceptos todavía en boga sobre premisas artísticas, como *arte-vida* y la discontinuidad temporal consecuente del cruce entre lo *eterno* y lo *efímero* (lo actual), identificado en la moda.

Ese ligero esbozo de Baudelaire puede ser conferido en *El pintor de la vida moderna*, obra de referencia para aquellos que, a ejemplo del autor, dirigen una *mirada estética* hacia temas como la *ciudad*, el dandismo, el *vestuario*, la *moda*, la belleza, todos fundamentales a la incorporación de un nuevo enfoque acerca del arte y a la comprensión de las *costumbres* y del *comportamiento* en las sociedades moderna y postmoderna. Dentro de ese contexto, el autor demuestra una anchura conceptual inaugurada en el romanticismo (*Gesamkunstwerk*) y aclamada hasta nuestros días que viene a ser el reconocimiento de la expansión de lo *estético* más allá del objeto artístico, con la cual Maffesoli comparte, en sus exposiciones. A partir de este punto de vista, surgió una Estética innovadora que ha amparado expresiones antes ajenas al dominio de las reflexiones filosóficas, a ejemplo de los *fenómenos estéticos callejeros*, y (re)calentado el inagotable debate acerca de la naturaleza del arte y del artista. Pero las afinidades entre el poeta y el sociólogo han ido más allá de las fronteras de lo establecido, posibilitándoles fundar una nueva orden de creación inspirada en la pasión por la ciudad, bien como traer a la superficie, investigaciones sobre la *experiencia estética* extraída de lo cotidiano, y el universo de la *apariencia*, a través de la cosmética.

Testigo del nacimiento del arte institucionalizado, Baudelaire se posicionaba a favor de una

ética de la estética (Maffesoli, 1987), que significa para *el artista*, asumir para sí y ante la sociedad en que vive, el compromiso de ser un cronista de su tiempo y de ponerse a servicio de un arte empeñado con la transformación del mundo. Esta responsabilidad de intérprete de su momento histórico, le exigía una mayor participación en la vida, que le motivara a acercarse a la multitud, a su entorno social, buscando extraer de estos contactos el alimento-base de sus creaciones y transformar toda esta experiencia en arte, como una respuesta al su compromiso inicial:

El paseante solitario y pensativo alcanza una particular embriaguez de esta universal comunión. El que fácilmente se desposa con la multitud conoce placeres febriles de los que estarán eternamente privados, el egoísta, cerrado como un cofre, y el perezoso, confinado como un molusco. Adopta como suyos todos los oficios, todas las alegrías y todas las miserias que las circunstancias le presentan⁵².

En el poema, el paseante solitario (el *flâneur*) representa al artista y como tal, no debe ser confundido con el vago o errabundo que camina sin destino, pero sí con aquél que vaguea por entre la multitud por puro deleite, absorbiendo de las situaciones, del ambiente por donde pasa, todo lo que le puedan ofrecer como experiencia. A esa empatía en el modo de conducirse y 'relacionarse' con su propio medio natural, es lo que Goethe designaba por 'afinidades electivas', expresión que inspiró tanto a Baudelaire como a Maffesoli, siendo que este último la transpone al orden social, ampliando la noción *moderna* sugerida por *el poeta*, conforme se observa en la cita:

[Ellas representan] la simpatía universal del hombre con su ambiente natural, que refuerza su empatía particular con el ambiente comunitario. [...] (son) varias actitudes caritativas, ayudas asociativas, división de trabajo, pequeñas sociabilidades de vecindades. [...] Ocurre lo mismo con la constitución de grupos de vida, de las pequeñas comunidades electivas, culturas de empresas, formas de espíritu doméstico que se desenvuelven de modo más o menos efímero, grandes manifestaciones religiosas. [...] Todo eso está inmerso en un ambiente afectuoso, emocional, [...] que torna difícil el análisis simplemente racional⁵³.

En la excerta del poema *Las multitudes*, Baudelaire resalta dos aspectos a ser considerados por el artista en su relación con el entorno: el primero, la importancia que él, creador, debe atribuir a lo que se pasa a su alrededor (incluso los detalles aparentemente 'sin valor'), considerando el gran potencial de estos registros como material de creación; el segundo, habla

⁵² BAUDELAIRE, Charles: "Las multitudes", en *El spleen de Paris*. Fondo de Cultura Económica, Argentina: 2000. p. 95

⁵³ Maffesoli, op. cit., p. 15.

respecto a su interacción con el ambiente social, intercambiando vivencias captadas por él. Esta vigilancia de Baudelaire, dirigida al proceso de captación y de intercambio de informaciones, demuestra no sólo un avance en las reflexiones sobre arte/desarrollo creativo para su época, que resultó una gran contribución para la actualidad, pero sobre todo, una comprensión de que el *arte* en todo ello es a la vez, producto de la *experiencia*, un *ethos* (Maffesoli) y un *status*, aclarándonos que en la creación artística el perfil social y ético del artista (su *modo de ser*) se sobrepone al *modus faciendi*.

Analizando esta óptica, uno de los principales aportes de la Estética moderna para este trabajo (y para todo el arte contemporáneo) fue el énfasis prestado a la *subjetividad* (*ethos/poética*) más que a la técnica (*téchnè/poética*). Al quedar exento de la imposición del uso de técnicas y normas académicas en la producción artística, la Estética le concedió la oportunidad de desarrollar su originalidad y espontaneidad, condiciones fundamentales para vivir plenamente toda la pujanza de pormenores que el mundo ofrece para la creación. Como apuesta Maffesoli, ningún *detalle* se le debería escapar, pues *todo es merecedor de interés*, de análisis y de inspiración en la producción de arte. De ese modo, Baudelaire inaugura una etapa importante del arte, fundiendo las barreras entre artista y público cristalizadas a lo largo del tiempo, el saber (el conocimiento académico) y la vida común (la cotidianidad), haciendo de esta última su primordial fuente de inspiración.

Influenciados por esta perspectiva, nos hemos mantenido, en parte, asidos al pasado premoderno al proponer el esbozo del 'retrato de la ciudad' a partir de la *experiencia estética* al estilo baudelairiano, optando por un sondeo más genérico acerca de esta experiencia en lo cotidiano, no obstante, asimismo apoyados teóricamente por el valdostano Luigi Pareyson y el norteamericano John Dewey.

En la visión de Pareyson, no hay distinción entre experiencia estética y *estética*, una vez que esta "[es una] *reflexión especulativa sobre 'aquella'* en la cual entra toda experiencia que tenga que ver con lo bello y con el arte" (1984: 17,18). Aquí se observa una correspondencia con lo que ha propuesto Baudelaire sobre la relación (estética) del individuo con el entorno *cotidiano*, algo semejante a la idea de *estética* como mediadora de este vínculo entre individuo y una realidad exterior a él donde se halla belleza y arte.

Con el desarrollo de la industria, observamos como los objetos, con sus formas, tamaños, colores y texturas, han cambiado nuestro juicio estético y nuestra percepción. La vida cotidiana se ha poblado de bienes de consumo que circulan por todos los sectores de mercado (el vestuario, la

alimentación, el entretenimiento, la educación, el deporte, etc.) y son diseminados por los media en todos los espacios por donde circulamos y habitamos, exigiéndonos una respuesta a toda esta gama de información sensorial.

La sociedad de consumo requiere de nuestros sentidos a cada instante: sea el *gusto*, por un nuevo sabor de un producto lanzado en el mercado, sea por medio del *olfato* que nos invita a experimentar una fragancia diferente para el cuerpo o para los ambientes; o de la *audición*, cuyos sonidos vienen de estilos musicales desconocidos, de las llamadas 'personalizadas' de los móviles, de los ordenadores y aparatos domésticos, de los coches que anuncian eventos o algún tipo de mercancía; o mismo del *tacto*, a través de las telas de texturas y temperaturas tan dispares y de los incontables objetos que manipulamos, a diario; además de la *visión*, cuya demanda en comparación a los demás sentidos le sitúa en una posición de excelencia.

No podemos negar la influencia de la industria y la tecnología sobre nuestra vida cotidiana, el *arte* y el desarrollo de *nuestra capacidad perceptiva*. Hemos comprendido que la naturaleza de la experiencia, sea cual fuere su origen, es primariamente sensorial, pues es 'un conocimiento del mundo que nos llega por medio de los sentidos' y de forma *pasiva*. Dewey, en un comentario muy pertinente, expone que "la *experiencia* es el *resultado*, el signo y la *recompensa* de esta interacción entre organismo y ambiente, y que cuando se realiza plenamente, es una transformación de la 'interacción' en 'participación' y 'comunicación'" (1949: 22). [Subrayados nuestros.]. En primera instancia, él demuestra como podemos ver a través de los subrayados, el cambio de actitud del individuo frente a una realidad: de la pasividad hacia la actividad, por la *participación*. A su modo de ver, la experiencia pasa por dos etapas interdependientes, siendo la primera condicionante de la segunda: en la *recepción* (pasiva) el provecho de los datos asimilados del contexto en que el individuo (el organismo) se encuentra, supeditaría la siguiente, momento en el que cambiaría su rol de paciente a *agente multiplicador de esta vivencia*, como participe interactivo. En la diferenciación entre lo 'artístico' y lo 'estético', Dewey nos proporciona *semejante reflexión*: "[...] 'artístico' se refiere [...] al acto de producción, y 'estético' al de percepción y goce" (1949: 44) y añade: "La palabra 'estético' se refiere [...] a la *experiencia*, en cuanto que es estimativa, *percipiente* y agradable. Denota más bien el punto de vista del *consumidor* que del productor" (Ibíd.). [Subrayados nuestros.]. Aquí se percibe netamente la 'pasividad' a que nos remite la palabra 'percepción' y el sentido de 'actividad', expresado en el 'hacer artístico'. Respecto a este último, nos llama atención el vínculo semántico del vocablo 'habilidad' (que denota 'acción') con las palabras 'arte' y 'artístico', empleado en los

diccionarios: “El *arte* denota un proceso de *hacer* o de *elaborar*. Esto es cierto tanto para las bellas artes como para el arte tecnológico” (Ibíd., subrayados nuestros), mostrándose, todavía, partidario del uso de un solo término para designar ambos procesos conjuntamente. La *experiencia estética* es, pues, una manifestación *sensible* de la realidad, que aporta subsidios al artista para su creación y le retornan en 'obra artística o vivencia estética', cerrando un ciclo. Además de inspiración, ella es también fruición para el espíritu ávido de sensibilidad y de emoción. Para el deleitoso, sea él artista o no, es inequívocamente una *forma especial de acercamiento a la realidad*, puesto que su aporte afectivo y sensorial posibilita el ejercicio de la imaginación, el surgimiento de nuevas ideas, el reencuentro con un pasado puntuado por emociones (exclusivamente al creador) e interpretaciones particulares y expresivas del mundo. Es por ser una vía de acceso especial a la existencia, que ella facilita la relación con la *alteridad*, o en otras palabras, es un medio que incrementa el intercambio entre los individuos, porque actúa sobre el desarrollo de su sensibilidad y de sus capacidades reflexiva y proyectiva. Sostenemos que *el arte* también debe ser comprendida por esta perspectiva, o sea, como un importante *vehículo de comunicación, porque crea aproximaciones entre las personas, generando afectos y sensibilidades*.

Quizá por el hecho de que este tipo de experiencia no pase 'incólume' al que la vive, interviniendo sobre su comportamiento, que la estética del siglo XX se haya dedicado con tamaño entusiasmo más a la reflexión sobre la dimensión psicológica del arte y de lo bello que a la naturaleza de la obra en sí. Pero lo cierto es que antes de eso el arte (a través de la Estética) no poseía la magnitud especulativa, ni el valor comunicativo que ha asumido en los días de hoy. Cuestiones derivadas de la correspondencia entre el espectador y la obra de arte – tales como el grado de interacción y reflexión sobre los contenidos, el poder de transformación que ella proporciona en los ámbitos individual (subjetivo) y colectivo –, son algunos de los enfoques de esta reciprocidad.

En la visión de Maffesoli, *la experiencia estética* en la Postmodernidad “(es una) secuencia de pasajes en momentos, lugares, encuentros yuxtapuestos. Son sucesiones de situaciones más o menos aceleradas en que cada una vale por si propia, redundando un innegable efecto de composición. Algo que da la intensidad, o por lo menos la excitación, de la configuración caleidoscópica en la cual vivimos” (Maffesoli, 1996: 112). Para explicitar sobre que tipo de vivencia se refiere, el autor afirma que '(ella) es un conjunto de informaciones visuales captadas de rituales domésticos y callejeros diarios, procedentes de la televisión, de los objetos de consumo (difundidos

por la publicidad), de nuestros recuerdos, de la teatralidad urbana, en suma, de una serie de situaciones que nos pasan inadvertidas y que escapan al nuestro control'.

Evaluando las consideraciones de Maffesoli, parece difícil identificar con exactitud, 'cuáles son verdaderamente las fuentes inspiradoras del artista' *en un mundo globalizado*, en el que *la vulnerabilidad al bombardeo diario de informaciones* (añadimos nosotros) *y la velocidad con que caducan*, aliados al *ritmo acelerado en que se vive*, se revelan factores decisivos en la búsqueda de estos manantiales. Por otra parte, este último factor sería apuntado como el responsable por la dificultad en la captación del sinfín de datos sensoriales presentes en la vida cotidiana, relevantes en la opinión del autor, para el desbloqueo de la percepción del individuo y desarrollo de su sentido estético. No obstante, se muestra enfático al atribuir a la *visión*, la responsabilidad mayor en sedimentar en nuestra memoria a largo y a corto plazo, el caudal de conocimiento que adquirimos durante nuestra existencia.

El planteamiento de Maffesoli es un estímulo a la *reflexión sobre la importancia y la eficacia de la experiencia en los procesos de creación y de recepción del mensaje artístico*, que nos induce a indagar si 'la cantidad (y/o la calidad) de vivencias de un *artista*, tornaría su obra más creativa, o aún, más o menos erudita'; o bien, reportándonos al *espectador* (receptor), si 'el cúmulo de conocimiento y la multiplicidad de experiencias serían determinantes de la interpretación de la obra de arte'. Estas no son cuestiones de fácil solución, sobre todo porque en su núcleo se encuentra la experiencia que es, esencialmente, una 'fuente *subjetiva* de conocimiento práctico' y como tal representa para el artista su 'capital de creación', y para el público (espectador, o participante) su recurso decodificador. Es de esa forma que muchas de las proposiciones artísticas autobiográficas⁵⁴ han sido elaboradas desde la segunda mitad del siglo pasado, 'a partir de las vivencias de sus creadores' (Beuys, Louise Bourgeois, Lygia Clark, entre otros), dicho de otro modo, la Fenomenología ha sido el método de creación, por antonomasia, de los últimos 50 años. Sobre el aspecto *fenomenológico de la experiencia*, Maffesoli comenta que 'en las secuencias de situaciones, *cada una vale por sí misma*, redundando un innegable efecto de composición'. Es patente la subjetividad con que aprehendemos cada evento que testimoniamos y la infinitud de interpretaciones que le podemos dar a partir de ese arreglo, de esa 'composición' que el autor nos propone. Entendemos que si las formas de percibir son singulares, es fundamental 'interrogar y hacer hablar los datos concretos de esta experiencia perceptiva', a través de la comunicación entre las personas.

⁵⁴ Sobre los programas que enfocan las *experiencias subjetivas*, cfr. Mitologías individuales (Kassel, 1972), a través de las obras de Christian Boltanski, Ben Vautier, (Francia), Luciano Castellani (Suiza), Joseph Beuys (Alemania), M. Asher (EUA), etc.

Este fue el motivo por qué hemos admitido la Fenomenología como herramienta metodológica en la evaluación del *statu quo* de la experiencia estética vivida durante el análisis de la estética de lo cotidiano y, en especial, de su expresión vestimentar.

Con respecto a la *subjetividad inherente a la experiencia*, el crítico inglés, Mr. A. C. Bradley ofrece como ejemplo la vivencia del lector, advirtiendo que “[...] no hay dos lectores que tengan exactamente *la misma experiencia*, de acuerdo con las 'formas', o maneras de *respuesta* que lleven a ella. Así, *un poema nuevo se crea por cada uno de los que leen poéticamente*, no porque su materia prima sea original, ya que, después de todo, vivimos en el mismo mundo, sino porque *cada individuo trae consigo, cuando ejercita su individualidad*, una manera de ver y sentir que en su interacción con el antiguo material *crea algo nuevo, algo que no existe previamente en la experiencia*” (Citado en Dewey: 97). Mr. Bradley destaca un aspecto importante de la experiencia que es la *percepción*. Más o menos desarrollada en cada individuo, ella tiene en su proceso como ingrediente primordial, el ejercicio del pensar, pero un pensar que envuelve *todos* los sentidos (Arnheim) tal cual proclama el arte postmoderno, según una de sus atribuciones. Dewey está de acuerdo en que “[...] la cosa más fundamental de la experiencia estética es la *percepción*” (Ibíd.: 94) e ilustra su pensamiento mostrándonos que “en la existencia no hay dos puestas de sol que tengan exactamente el mismo rojo. No pueden tenerlo a menos que una puesta de sol reproduzca la otra absolutamente en todos sus detalles. Porque el rojo es siempre rojo del material de esa experiencia”⁵⁵ (Ibíd.: 191).

Otro importante dato que podemos identificar en la cita de Bradley, concierne al 'desarrollo de la creatividad' que las vivencias proporcionan al individuo. Eso puede transcurrir, por ejemplo, del proceso de asociación de informaciones obtenidas por experiencias pretéritas, como sugiere en la 'interacción con el *antiguo* material'. Observamos que en estas circunstancias, el caudal de experiencias acumuladas por el individuo es señalado como un factor que propiciaría la interpretación de los datos.

Tal es la importancia de la percepción y de su desarrollo⁵⁶ en la experiencia para el individuo, que la juzgamos una gran aventura hacia el autoconocimiento, una vía eficaz en la relación con sus semejantes y una fuente indispensable para la comprensión del mundo. Comulgamos con la idea de Bradley que, la suma y variedad de vivencias que una persona 'almacena' en su vida, le

⁵⁵ Subrayados nuestros.

⁵⁶ Sobre el desarrollo de la percepción con vías a la captación de lo sensible en la naturaleza y en las acciones del ser humano, cfr. Antoni Tàpies: “El juego de saber mirar”, en *La práctica de l'art*. Ariel, Barcelona: 1970.

puede traer grandes beneficios. Del mismo modo que un repertorio pobre de experiencias representaría una traba en la adquisición de conocimientos, incluso los que nos llegan a través de los canales sensoriales. Partiendo de esta óptica, el embotamiento de la percepción se señalaría como una de las probables causas que intervienen en el discernimiento del individuo, interponiéndose en su evaluación de 'lo que es habitual' y 'de lo que es diferencial', como sería, por ejemplo, en el caso de la estética cotidiana. Este su embotamiento no afectaría solamente al desarrollo interpersonal, sino todos los procesos de adquisición de conocimiento, como bien hemos demarcado.

Entre otros factores que serían apuntados como responsables del no reconocimiento de una estética cotidiana y que pondrían en jaque su autenticidad, están las referencias impuestas por *las instituciones oficiales* (los museos, galerías y academias de arte), que definen para el gran público 'lo que es o no arte, quién es artista y cuál sería el lugar del arte'. O bien, *los filtros culturales* que actúan como obstáculos en la valoraciones subjetivas, así como *la carencia de una educación visual* que posibilitara al individuo, desde su niñez, un contacto más estrecho con el universo artístico, a través del cual él desarrollara su sensibilidad y adquiriera el léxico plástico necesario al reconocimiento de lo estético o artístico. Hay factores entre los que mencionamos, que son *exteriores* al individuo y resultantes de una *formación distorsionada*, como los dos primeros y otros, al contrario, que siendo volitivos le confiere autonomía sobre el desarrollo y conquista de su propio conocimiento. Al desvelar estas observaciones, Dewey nos conduce hacia reflexiones más profundas mostrándonos que el recogimiento y el arraigo al yo son probables causas de nuestra inadvertencia de los pormenores de la vida común, a los que deberíamos estar más atentos, destacando, por otro lado, en las posturas más receptivas y expansivas, la puerta de acceso que ellas permiten al progreso de la vida práctica (profesional), personal, afectiva y familiar:

[...] la apatía y el entorpecimiento ocultan [la] expresividad [de los objetos] formando una cubierta alrededor de [ellos]. La familiaridad induce a la indiferencia, el prejuicio nos ciega; la presunción mira por el lado opuesto del telescopio y disminuye la significación poseída por los objetos a favor de una pretendida importancia del yo⁵⁷.

La reincidencia de algunos factores que incurren en la *captación* de lo estético, aquí fijados por Dewey, es la evidencia de la peso que ellos ejercen sobre el proceso perceptivo: (1) el constante

⁵⁷ DEWEY, John, op. cit., p. 93.

contacto con el 'fenómeno' (que puede o no ser un *objeto*), consecuente del *hábito*⁵⁸, acarrearía en una *indiferencia* hacia este mismo fenómeno; (2) el *prejuicio* que puede o no tener sus raíces plantadas en el terreno institucional, académico o en la cultura, sería apuntado como otro obstáculo; (3) el ensimismamiento que conduciría al *egocentrismo*, impediría el individuo la observancia de estos fenómenos.

Creemos que las experiencias funcionan, para el individuo, como un importante capital de conocimiento a que él recurre cada vez que el medio externo le solicita una postura frente a un fenómeno, sea este un evento o un objeto. En estas circunstancias, la inteligencia operando a través de la lógica o la emoción es accionada según la naturaleza de la *experiencia*: si ella es de carácter *estético*, es la *inteligencia emocional* que, explorando los niveles suprasensibles de la conciencia individual, posibilitará el procesamiento de los datos fenoménicos.

La aplicación de este principio es conferida entre los afiliados al *arte del comportamiento* que buscaban con la introducción del método *experimental* en sus proposiciones, "disolver los patrones habituales de comportamiento y provocar formas prácticas de entrenamiento y aprendizaje perceptivo y vivencial, reflexivo y creativo, de la conciencia individual y social. [...] liberar la *percepción* y el *comportamiento* en relación con las ataduras y *esquemas habituales*, suscitar posibilidades de *experiencias libres de prejuicios*", concluían, con aquellos primeros, sus principales objetivos.

El *uso de objetos*, muy difundidos por ellos, funcionaba como un punto de arranque para despertar estas potencialidades de los individuos. Ahora bien, E. Walter (1939) en una de sus propuestas artísticas, objetivaba la comprensión de las posibilidades contenidas en sus objetos (cf. serie *Bichos* de Lygia Clark) y de las condiciones 'individuales' que cada persona introduce en el proceso de uso del objeto.

Lo que se verifica en la postura pragmática y admirable de estos artistas, es un profundo sentido didáctico e instructivo herederos de un anhelo instaurador del arte como dispositivo transformador de la sociedad (Oiticica, Maffesoli). Así identificamos en las prácticas Fluxus, en los happenings, en el Accionismo vienés y en las Mitologías individuales, aunque con tintes distintos, el mismo lastre idealizador.

El universo objetual fue ampliamente explorado por estos artistas, pero una preocupación constante y un ideal perseguido por ellos en sus programas era retomar el concepto de arte-vida (v.

⁵⁸ Disposición duradera, adquirida por la repetición de un acto, uso, costumbre. (BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.)

Goethe). En la enseña vostelliana (Fluxus) erigida en 1961, la ecuación *arte = vida = arte* representaba la noción de vida como un proceso creativo esencial y 'cada uno de nuestros actos vitales conscientes como auténticas obras de arte'. Tras la fundación de la experiencia como base de sus programas y alianza entre los conceptos *vida* y *arte*, la conducta posterior de Vostell fue identificar el potencial creativo de las personas a través de su feedback, concluyendo como Nietzsche y Brummel⁵⁹ que 'todo ser humano es una obra de arte'⁶⁰. La propia vida se convierte, para estos artistas, en un proceso artístico formativo que lleva el individuo a una autoconcienciación, en la búsqueda de formas saludables de conducta y dignidad, a una nueva visión de la vida y de las cosas que le cercan.

La atención que *el arte* ha conferido a la *experiencia estética* es tan reciente como la Fenomenología (Husserl, 1859 -1938), el propio movimiento filosófico a que le dio origen. Su incorporación al arte por parte de los artistas vinculados al Teatro de las Vanguardias, tenía como propósito ser la base de sus programas *interactivos*. Como ejemplo de lo que ocurrió en los movimientos citados (el Fluxus, los happenings, el Accionismo vienés y las Mitologías individuales), los creadores canalizaban sus inquietudes hacia las *experiencias vividas por el espectador* al contactar directamente con sus obras. Nació una nueva estética cuyo carácter innovador se verificaría, inicialmente, por esta estrecha vinculación artista-obra-participante, y que se ampliaría con el provecho que *este* último pudiera sacar de la relación. Las situaciones y las condiciones de las experiencias a que los participantes son sometidos en estos programas, son trabajadas por sus proponentes con la perspectiva de estimular y encauzar nuevas *actitudes* de los sentidos, una efectiva *fenomenología de la experiencia*⁶¹.

4.2. Estrategias contemporáneas de socialización: una proxémica al revés.

El espacio que las tecnologías de información y de comunicación han conquistado en el mundo globalizado, nos ha facilitado bastante el acceso al conocimiento, al mismo tiempo que ha incrementado el contacto (virtual) entre las personas, vía Internet. La democratización de la información y del saber son algunos de los aspectos positivos de estas tecnologías pero su uso

⁵⁹ Véase *Nacimiento de la tragedia* (1871) y *Du dandysme et de George Brummell*, de Barbey d'Aurevilly (en *Ouvres completes*. La pléiade, Gallimard: 1980, v. 2), respectivamente.

⁶⁰ Vostell, citado en Fluxus y fluxfilms: 1962 – 2002. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Madrid: 2002. p. 291.

⁶¹ Cfr. grupo ElAG, de Viena (G. Franz y T. Schröder), B. Demattio, S. Brisley (arte del comportamiento), entre otros en MARCHÁN FIZ, Simón. *Del arte objetual al arte del concepto. Epilogo sobre la sensibilidad "postmoderna"*. Akal, Madrid: 1986-2001.

como mecanismo de aproximación entre las personas es algo cuestionable. No podemos negar que en este proceso, la calidad de los contactos interpersonales se ha desfasado significativamente en comparación con una fase anterior, en que las personas para acercarse a las otras o para exponerse públicamente, acudían a los habituales eventos 'particulares' o multitudinarios (fiestas, desfiles, juegos, etc.).

En contrapartida, el encierro que esta tecnología de comunicación proporciona a sus usuarios les ha estimulado el imaginario al punto de hacerlos camuflarse bajo la máscara de 'personajes' creados por ellos mismos para dialogar con sus interlocutores virtuales. Así, Internet se ha manifestado un *vehículo de creación* por antonomasia, pero *tan solo* como ejercicio del imaginario, porque a lo largo de su 'corta existencia' ha creado más 'islas' que agrupamientos de personas. No obstante, reconocemos que los *contactos virtuales*⁶² no son los únicos villanos culpables del alejamiento cada vez más creciente entre las personas. La aceleración de la vida contemporánea es señalada como el principal factor de este apartamiento, aliada a un creciente individualismo que produce individuos autosuficientes.

Atentos a esta problemática, algunos artistas incluyeron la interactividad como base de sus programas. A través de ellos, la carencia de comunicación entre las personas es estimulada por medio de proposiciones en que el participante es obligado a 'dialogar' con la obra, en caso de querer 'activarla'. Este matiz de las premisas participativas muestra como romper patrones cristalizados de comportamiento a través de experiencias positivas con el arte. La alusión a Internet y probables causas de la deficiencia en la comunicación entre las personas es, en este caso, una manera de hacer hincapié sobre la validez del diálogo *presente*, o mejor, de la asistencia/audiencia 'física' del interlocutor, cuestión bastante explorada por el arte interactivo.

Comprendemos que en la comunicación *asistida* la riqueza de *detalles* que provienen de la clase de datos obtenidos en los contactos, es un marco diferencial que se contrapone a la comunicación virtual. Los datos a que se refiere, son todas aquellas informaciones que el individuo 'exterioriza' en estas relaciones: su apariencia (la manera como se presenta públicamente), su expresión corporal traducida en las reacciones fisiológicas, en los gestos, en la mirada y en su movimiento de cuerpo. Es importante subrayar los beneficios que esta variedad de informaciones pueden traer para la vida del individuo. El desarrollo de su capacidad perceptiva es posible sólo a partir de experiencias concretas y de la exposición continua a situaciones que promuevan estos

⁶² GUIMARÃES Jr., Mario José Lopes. *A cibercultura e o surgimento de novas formas de sociabilidade*. Disponible en la web: <<http://www.cfh.ufsc.br/~guima/ciber.html>> [Acceso en: 14. mayo 2005]

intercambios. La reincidencia a estas exposiciones contribuyen al éxito de tales experiencias en la medida que ella influye sobre el almacenamiento de los datos manipulados en el proceso de comunicación.

En todo este proceso, la percepción cumple un papel esencial, porque funciona como una sintonía fina de la realidad fenoménica, rastreando pormenores que marca la diferencia en las relaciones. Entre los que ya hemos tratado, añadiríamos la tesitura vocal (o la modulación de la voz) como ejemplo de estos *detalles* que exigen un mayor apuro de la percepción. Ella opera como un dato totalmente independiente de *la apariencia* del interlocutor, por medio del cual él nos revela sus *respuestas afectivas*. Es pues, en la expresividad comprendida por el conjunto visual (además de la modulación vocal) de nuestro interlocutor, donde iremos a identificar una modalidad de comunicación que denominamos *tactilidad cotidiana*. La apariencia actúa ahí como un recurso de sociabilidad, un arma de seducción, que para algunos puede invertirse en repulsión (cf. Capítulo 5, Jaime Figura); pero en estas circunstancias esto poco importa, pues lo esencial es que al provocar reacciones, la apariencia desencadene un proceso de reflexión, como veremos en el próximo capítulo, donde mostramos algunas de las repercusiones que el atuendo puede provocar sobre el público.

La *tactilidad cotidiana* proporcionada por las *experiencias estéticas compartidas* – no sólo con los demás, sino que con su entorno –, es un 'dispositivo social' que optimiza las relaciones sociales, pero que asimismo 'actúa' de modo eficaz en el desarrollo de la sensibilidad y en el proceso de autoconocimiento del individuo. La vista, el oído y el tacto son los canales sensoriales accionados cuando vivencia esta *tactilidad* y que están implicados en la recepción o entrada de los datos (*input*) recogidos de estas experiencias. En el proceso contrario (*output*) hay una modificación en esta secuencia de entrada de informaciones: el tacto cambia de tercera a primera posición puesto que es el único sentido activado a través del habla (que impulsa las cuerdas vocales), del 'apretón' de manos, del beso en las mejillas, de los gestos de las manos al hablar, etc.

Esta forma de aprehensión del mundo (ilustrada en los demás ejemplos excepto en lo de la voz) a través del *tacto activo*, denominada *percepción háptica*, es una vía 'volitiva' de conocimiento de la realidad.

En el ámbito de la convivencia social, la apariencia es un recurso expresivo utilizado en el ejercicio del *tacto activo* (o percepción háptica). Exhibirse públicamente – ya sea un acto solitario y habitual (como la *estética vestimentar de calle*) o una práctica con objetivo y ocasión definidos (como vestirse para las fiestas populares, rituales religiosos o para el esparcimiento) – son formas de 'crear

solidaridades' o de establecer contactos a través del conjunto visual del indumento.

El influjo que *la apariencia* reserva en la *tactilidad cotidiana* actuando en las relaciones interpersonales como elemento magnetizador o repulsivo, es verificado en el juicio apriorístico sobre *quién o lo que* vemos. Como tema de las investigaciones antropológica y psicológica, esa *proxemia*⁶³ se dirige al análisis del aparato cosmético dentro de un contexto sociocultural muy específico, regido por normas simbólicas y rituales, muy diferenciado del nuestro, pero que vale a guisa de ilustración. La apariencia es analizada en estos casos por la Antropología, como parte de un contexto mayor, más complejo, en el que el 'encuentro con el otro', es una práctica consuetudinaria, objetivada en las acciones rituales bélicas, de carácter religioso o en celebraciones de las etapas de la vida (nacimiento, iniciación sexual, matrimonio, muerte) o bien de las cosechas. Es lo que nos demuestran las experiencias vividas por los pueblos surma y wodaabe⁶⁴, que hacen respectivamente, de las técnicas de pintura corporal y de todo el aparato cosmético, prácticas de naturaleza simbólica y ceremonial que ilustran aquellas acciones rituales.

El *hábito* de vestirse para estas efemérides, asociado a la reproducción *invariable* de la apariencia, marca la diferencia entre el uso de la indumentaria en estas tribus y su forma de exploración en el contexto de la *estética callejera*. Igualmente respaldada en los cambios simbólicos, esta última reserva una diferenciación respecto a la primera en lo que concierne a la *versatilidad e intencionalidad* a la hora de componer la imagen personal. Veremos en el capítulo siguiente como la proxemia es *deliberadamente* activada en estos momentos, todavía sin que sus agentes tengan la certeza de que el otro será seducido por su apariencia, al contrario de lo que acontece en el reino animal, con ciertas aves que cambian su plumaje de color para atraer al sexo opuesto, en los rituales de apareamiento.

El propósito de los que se valen del 'recurso cosmético' es por cierto muy distinto entre diferentes grupos sociales. Los *performers* de la estética vestimentar de calle, por ejemplo, pretenden primordialmente *la diferenciación de su grupo de pertenencia* como un mecanismo de atracción de miradas, un empuje al *voyeurismo*. Por otra parte, la proxemia entre aquellas tribus (*surma* y *wodaabe*), puede o no ser activada a partir de ciertos dispositivos culturales y en ocasiones especiales⁶⁵. En el caso de los actores de la estética vestimentar, salir a las calles pasa a ser una

⁶³ Cf. el estudio de Edward T. Hall sobre proxemia en *La dimensión oculta*. Siglo XXI, México: 1976.

⁶⁴ Cf. sobre los *surma* y los *wodaabe* en BECKWITH, Carol: "Wodaabe, los nómadas de Níger", en *National Geographic España*, edición especial: África, pueblos y culturas ancestrales. España: 2002. pp. 62-89.

⁶⁵ Ella se manifiesta en situaciones de contacto que pueden ser o no prefijadas, como son los encuentros anuales programados con un fin específico, por clases, gremios, grupos de jóvenes o de jubilados y las festividades que cumplen un

verdadera aventura para los que la viven, cuya única consecuencia 'previsible' es el impacto que su imagen ocasionará por donde circule. Si positivo o negativo, este impacto le será tan sorprendente como el efecto ocasionado por su aparición. Coincidimos con Edward T. Hall⁶⁶ en que 'la disonancia' causada por la apariencia del individuo, varía conforme el *contexto cultural* en que ella se inscriba y que este mismo contexto sea, además, determinante de la *tactilidad cotidiana* (otra forma de nombrar la proxémica) practicada en él.

Acerca de los matices de la creatividad en el espacio urbano.

La observación de los movimientos del espacio investigado nos ha permitido identificar dos formas de manifestación de la *creatividad* que, directa o indirectamente, contribuyen a la proxémica social: una oriunda de los trabajadores 'informales', como los vendedores ambulantes y otra, de los transeúntes que circulan con una cierta regularidad por el lugar. Ambas formas de expresión están diseminadas por otros puntos de la ciudad, siendo la primera la más usual, más tangible y canalizada al gran público, es observada en las fachadas de los establecimientos comerciales y en los soportes en donde se exhiben sus mercancías. En otras ocasiones, el comerciante se paramenta utilizando su propia mercancía, como veremos adelante (v. Figura 20b), recurriendo al atuendo como una estrategia autopromocional con el claro fin de atraer clientes. La segunda forma de expresión estética y menos frecuente que la primera (la de los vendedores), viene de los transeúntes a quienes les ha sido dedicado el capítulo 5, en el que se propone un análisis del *vestido como soporte de creación y vector de socialidad*. Ellos no poseen formación profesional o académica en su mayoría, y su conocimiento acerca del arte 'convencional' y del indumento, ha sido alcanzado de modo empírico, a través de la observación del cotidiano de la calle y/o de los medios de comunicación de masa (TV, revistas, periódicos).

Entre los vendedores ambulantes, las expresiones de ese espíritu creativo desconocen fronteras en su actividad rutinaria que empieza con la presentación de las mercancías en soportes pintados o adornados (Figura 15), transitando por otras estrategias de venta tales como los *jingles* y mensajes de protesta (Figura 16), modestos paneles 'publicitarios' (Figura 17), e incluso, circulando por la ciudad con un escaparate sobre ruedas (Figura 18), en pinturas de las fachadas de las tiendas (Figura 19), hasta la elaboración del atuendo (Figuras 20a y b) proyectado para atraer la clientela.

calendario anual, sean ellas de cuño religioso, profano o cívico.

⁶⁶ Cf. en el capítulo siguiente, las consideraciones del psicólogo James Gibson (1962) sobre *tacto activo y pasivo*, en el uso del *espacio táctil* y la relación que él establece entre la visión y el tacto. Y a título de conocimiento acerca de la influencia de la cultura en las relaciones sociales, cf. el estudio de Edward Hall sobre Inglaterra, Francia, Japón y EEUU (op.cit.).

La estetización de lo cotidiano.

El sociólogo francés Michel Maffesoli ha puesto en evidencia dos aspectos de la vida urbana *en el marco de la Postmodernidad*, sobre los cuales hacemos hincapié: la creciente *estetización del cotidiano* y la *alteridad* como derivación de este proceso histórico.

En sus registros consta que 'la *estética* se ha difractado en la existencia, invadiendo la política, la publicidad, el consumo, la vida cotidiana en su totalidad, sin hallar resistencia frente al funcionalismo de los objetos y de los espacios vivenciales'. Y como se ha vuelto un *hecho existencial*, su empleo no se quedó reducido a la *producción artística*, sino que se ha desarrollado en la caracterización del *sensualismo cotidiano* ostensible en los *colores*, olores, sonidos y formas presentes en el día a día y captados por nuestras vías sensoriales. En otras palabras, vivimos intensa y diariamente la *estética* y estamos cada vez más cercados por ella, dentro y fuera del ambiente doméstico.

El cruce entre *estética* y *alteridad* es la resultante del habitual *juego de apariencias* que sobreviene en la convivencia: alguien enseña algo para el otro, o enseña a sí mismo; dicho de otro modo, 'la exhibición (de alguien o de algo) presupone la asistencia', el testimonio de una o varias personas. Ese es también el principio de la comunicación visual (o no verbal) a la que nosotros, artistas plásticos recurrimos para dialogar con 'el otro o los otros', utilizando un *vocabulario específico* de formas, colores y texturas. Maffesoli no se limita, todavía, a la reciprocidad entre dato fenoménico y observador, él profundiza esa correspondencia buscando mostrar un carácter societal de la *estética*, que gravita en torno a una serie de hechos de la vida ordinaria que son cargados de emoción. Así, el fenómeno se despliega en un contexto antropológico, en un *sentir común* (*aisthesis*, su paradigma estético) que incita la solidaridad y rescata la *necesidad de estar-junto*. Las manifestaciones creativas localizadas en lo cotidiano (entre las cuales destacamos el vestido), como expresión de un arte generalizado, promueven esta solidaridad por despertar el sentido estético colectivo. Por este bies, la vida social se vuelve una obra de arte creada colectivamente, como una acción solidaria que contagia a todos que están implicados en ella. Para explicar esta 'epifanización' de la creatividad cotidiana, he recogido de su obra el concepto de *vitalismo*⁶⁷ que postula la existencia de una *creatividad popular, instintiva y del sentido común*, que sirve de sustrato a diversas creaciones sociales. Él lo explica, y de modo poco objetivo, respaldándose en la crítica a la pintura

⁶⁷ Michel Maffesoli: "Homo estheticus", en *No fundo das aparências*. Vozes, Rio de Janeiro: 1996. p. 29. (Título de la obra en castellano: *En el crisol de las apariencias: para una ética de la estética*)

de Courbet, en un periodo de desarrollo de la sofisticación artística en el que se ponía énfasis en la "productividad natural y espontánea". La crítica se dirigía a su 'naturalismo' interpretado como una expresión *obvia* de la realidad, ausente de la concepción propia de las producciones 'intelectualmente proyectadas' y a servicio del gusto común de la 'gente vulgar'; se afirmaba que el artista concebía "sus obras tan simplemente como un manzano produce manzanas"⁶⁸.

En el reproche de los críticos a la obra de Courbet, es patente la intolerancia a *la mimesis por la mimesis*, la ausencia de 'personalidad en la obra, como también es evidente la postura separatista que demarca dos tipos de arte para diferentes públicos: erudito y popular. La *obviedad* identificada en su pintura, junto con la noción clasista de la producción artística, nos sirven de pretexto para reflexionar sobre un aspecto de la estética cotidiana identificada por Maffesoli y que se contrapone al naturalismo combatido inicialmente: *la creatividad intuitiva de sentido común*, un ejemplo que aún hoy aviva los debates sobre *el origen del artista* (y supuestamente de su arte) y *la posesión de la creatividad*.

Estos son algunos de los temas que jamás se liquidan en las investigaciones de la Estética, pues ellos normalmente se originan del constante embate entre concepciones de clases distintas: de los *organismos oficiales* y de una Estética Contemporánea y renovada, representada por *los artistas*, que buscando trascender las barreras del formalismo institucional, han avanzado en dirección a experiencias innovadoras, aportando al arte un mayor número de expresiones artísticas antes ignoradas por el gran público.

Sin pretensiones de ampliar este debate, observamos que fue a partir de estas divergencias que hoy podemos hablar de una *estética cotidiana* y advertir sobre la amplitud de su universo y la necesidad de investigarlo más profundamente. Mientras tanto, el antiguo debate entre las nociones de erudito y popular, o la distinción entre el profesionalismo artístico y el autodidacticismo, subsistirán sin que se logre una postura consensuada o razonable. Conviene recordar que, fue en ese ámbito, que *categorías* de orientaciones tan antagónicas vendrían a ser definidas y discutidas. Su origen, según informa Hauser (1972), está localizado en sociedades estratificadas donde se percibe su diseminación de forma más frecuente. Ahora bien, la condición de existencia de una determinada modalidad de expresión en una realidad cultural específica, como el *arte popular*, por ejemplo, es resultado de la coexistencia, en la misma realidad, de otra que se le oponga, nombrada por los estudiosos de *arte erudito*. El autor que es un estudioso del tema, nos

⁶⁸ M. Schapiro: "Courbet et l'imagerie populaire", en *Style, artice et société*. Paris, Gallimard: 1982. p. 282 (citado por M. Maffesoli, op. cit., p. 29)

advierte que:

No se podrá hablar, de ninguna forma de 'arte popular' mientras la diferenciación de las sociedades rurales en clases no estuviere establecida; y esto porque el 'arte popular' sólo tiene sentido cuando se contrapone al 'arte de los grupos o clases dominantes'. El arte de una colectividad que aún no se encuentra dividida en capas, en 'dirigentes y dirigidos', no puede ser considerada como 'arte popular' por la simple razón de que no existe a su lado cualquier otro tipo de arte⁶⁹.

La calificación de la obra de Courbet ilustra un tipo de postura *elitista* que ciega la comprensión de la diversidad artístico-cultural, pues embute filtros viciosos que estimulan al recogimiento intelectual y niegan la vivencia de 'la simpatía por las personas y las cosas' (Maffesoli) que son verdaderamente *espontáneas*.

En nuestra evaluación, la *espontaneidad* es la característica más reveladora de las manifestaciones estéticas de lo cotidiano y un trazo de autenticidad pertinente a las obras de arte. El autor Nestor García Canclini se hermana con nosotros en defensa de una visión *amplificada*, porque no se ciñe a la producción de obras imponentes, y *espacial*, porque aboga por una producción visual que siendo la *expresión de una sociedad*, no encuentra fronteras para manifestarse. Conforme expone, las categorizaciones de esta producción son fundadas por la propia sociedad, que instaura los mecanismos para que ellas así se revelen:

Lo que llamamos arte no es solamente aquello que culmina en grandes obras, sino un espacio donde la sociedad realiza su producción visual. Es en ese amplio sentido que el trabajo artístico, su circulación y su consumo configuran un lugar apropiado para comprender las clasificaciones según las cuales se organiza lo social⁷⁰.

El arte, una expresión de la cultura.

El acercamiento de Maffesoli al grupo de investigación de la Facultad de Teatro de la Universidad Federal de Bahía, es un dato que merece registrarse, porque la relevancia de su discurso como científico social reside en la atención y al mismo tiempo en la imparcialidad propia de extranjero hacia características de la cultura brasileña y, especialmente, a la cultura baiana.

⁶⁹ HAUSER, Arnold. *História social da literatura e da arte*. Mestre Jou, São Paulo: 1972. v. 2. p. 38. (Traducción de Catarina Argolo.)

⁷⁰ CANCLINI, Nestor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. EDUSP, São Paulo: 1997. p. 246. (Título en castellano: *Culturas híbridas, estratégias para entrar y salir de la modernidad*.)

“No fundo das aparências”, obra en que discursa sobre temas y conceptos pertinentes a nuestra identidad (aunque no sea un estudio profundizado sobre ella), son también propuestos otros valores semánticos a vocablos usuales, que amplifican el conocimiento sobre aspectos genéricos de la cultura, de la sociedad y de la estética contemporáneas, desde un punto de vista *afectivo*. La *emoción* es la base argumentativa de su retórica y sobre la que orientamos este estudio, pues es ella quien sostiene y patentiza la cultura de la que somos parte. Es válido destacar que la *latinidad*, esencia común a algunas sociedades de lenguas romance, es caracterizada por una *emotividad* que se ve reflejada en la visión de mundo, en las actitudes y en la forma de sus miembros *relacionarse socialmente*. Fijémonos para el modo como la manifestamos en los gestos y expresiones fisonómicas, en la comunicación con los demás, en el tono chillón de la voz al hablar, en las reacciones más sanguíneas que flemáticas, en el modo *ex-pontáneo* de ser. El intencional 'error ortográfico' aquí, acentúa el carácter abierto, expansivo del latino hacia lo desconocido, sea él personas, territorios, cambios o innovaciones.

Por eso, es con propiedad que Maffesoli reviste con nuevo ropaje el término *afectivo*, interpretándolo no exclusivamente como fenómeno psicológico, o alimento del alma sin consecuencia, sino como una *estructura antropológica* cuyos efectos son susceptibles de evaluación⁷¹.

El tema de la *afectividad* tiene su antecedente en la *comunidad emocional* (*Gemeinde*) de Weber que, en su análisis socio-histórico identifica algunas características manifiestas en circunstancias actuales: “el aspecto efímero, la composición cambiante, la inserción local, la ausencia de una organización y la estructura cotidiana”, acrecentándonos el hecho de “que estos reagrupamientos se encuentran en todas las religiones y a lo largo de las fuerzas institucionales”⁷². Maffesoli destaca del análisis weberiano la conexión entre 'emoción compartida' y 'comunalización' abierta y su ascendencia sobre la multiplicidad de grupos que llegan a constituir un fuerte 'lazo social'.

Sobre esa *afectividad* Durkheim observa que hay una comunión de los sentimientos entre aquellos que conviven en sociedad, que él nombró 'naturaleza social de los sentimientos', es lo que nos lleva a 'indignarnos en común'. Maffesoli comulga con esta reflexión, afirmando que el sustrato de lo cotidiano está 'simbolizado' en “los cambios de sentimientos, discusiones en los bares, creencias populares, visiones del mundo”. 'La elaboración y divulgación de las ideas' provienen de la

⁷¹ Maffesoli, op. cit., p. 29.

⁷² En Maffesoli, op. cit., p. 17, adaptado.

emoción vivida en común, nacida de los debates acalorados en los encuentros fortuitos, de las conversaciones informales y no de la *razón*, añade. Arranca de estos argumentos para justificar la importancia del arte en la vida social como un vehículo que humaniza y sensibiliza, porque despierta emociones y aviva otras adormecidas por el tiempo, además de contribuir para el desarrollo *perceptivo* de los individuos - tanto en el sentido *sensorial* como *subjetivo* -, en la medida en que estos cambios les señala nuevas perspectivas de (re-)estructuración de un nuevo orden social (Oiticica). En comunión con este pensamiento, el pintor brasileño Hélio Oiticica (1986) formula un *plan concreto para la experiencia estética*, a partir de 'prácticas vivenciales compartidas', que no se observa en el discurso maffesolino y sobre el que debatiremos en el apartado 7.4.

Partimos del análisis del *paradigma estético* de Maffesoli, el *sentir común*, o 'colectivización de este sentir', definido por él como neotribalismo (concepto que inaugura y sobre el cual comentaremos a continuación), que consiste en un nuevo tipo de vínculo social creado a partir de emociones compartidas que posee como perspectiva holística, la suma de experiencia y sentimiento común y una alianza entre las personas en torno a la contemplación.

El problema de la carencia de finalidad que subrayamos, reside en la modalidad de 'contemplación' instaurada por él, fundada en la preponderancia de lo estético en contrapartida a la '*no-actividad política*' y a la '*petrificación de las iniciativas sociales*', que para nosotros se traducen en apatía frente a temas y situaciones respectivas al mundo, a la vida comunal en sociedad y que deberían ser digeridas, debatidas por todos sus miembros. No obstante, vemos en esa *apatía* una paradoja, porque ella es la negación del *pathos* (emoción) tan celebrado por él. Por otro lado, consideramos válida su postura en 'no mezclar política y economía con arte'⁷³, aunque identifiquemos en tales segmentos un fuerte instrumento de crítica. Todavía, lo que no juzgamos legítimo es 'loar a una acción colectiva cuyo objetivo único sea la pura contemplación', cuando se podría incentivarla con la finalidad de extraer debates productivos sobre temas concretos que proporcionen una vida mejor en común. La contemplación, a su vez, tiene su valor asegurado en el desarrollo del sentido estético y de la sensibilidad del individuo, porque le permite trascender a lo puramente físico, material, acercarse al suprasensible y tocar lo sublime.

⁷³ Posicionamiento compartido por el autor Cochofel que admite no haber función en el arte, salvo cuando ella es 'expresión': "No será explícito [...] atribuir al arte una finalidad social, ideológica, religiosa, moral o política, a pesar de las sociedades, las ideologías, las morales, las religiones y las políticas desempeñaren un papel decisivo en su motivación. [...] Una cosa son las intenciones del artista, [...] otra cosa es la expresión que media entre el artista y esa finalidad, o sea, el arte". (En João José Cochofel: "O problema da necessidade", en *Iniciação estética*. Publicações Europa-América, Lisboa: 1964. pp. 42-43.) Traducción de Catarina Argolo.

En medio a ese debate, la perspectiva de Oiticica apunta en otra dirección, al 'poner estas experiencias estéticas compartidas, al servicio del autoconocimiento y de las transformaciones sociales'. A nuestro ver, los dos posicionamientos, tanto de Maffesoli como de Oiticica, se completan y atienden a nuestros propósitos iniciales de amparar un *sentido* para esa 'atracción' que se destina a una 'convivencia' proporcionada por el Arte.

El Arte como factor de sociabilidad.

El *gregarismo* (Rousseau) identificado en los estudios antropológicos y filosóficos como un trazo ancestral, *resurge* en el paradigma maffesolino (A. Berque) con el nombre de 'neotribalismo'⁷⁴ – fenómeno *contemporáneo* 'inspirado' en aquella forma de organización social, que corresponde a 'los nuevos vínculos sociales creados a partir de la colectivización del sentimiento'. El sociólogo se lo explica partiendo de la noción de que el tribalismo es una extensibilidad del *yo* que se opone teóricamente al individualismo que prevaleció en la Modernidad, para 'suprimir' el individuo⁷⁵ de su

⁷⁴ Cf. en su obra *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Forense-Universitária, Río de Janeiro: 1987. p.107. (Título en castellano: *El tiempo de las tribus: el declive del individualismo en las sociedades de masa*.) La diferenciación básica entre el concepto rousseauiano y el fenómeno neotribal maffesolino reside en que el primero es *instintivo*, tiene como fin la preservación de la especie; el segundo, en cambio, objetiva la comunicación, la solidaridad de sentimientos. Maffesoli establece aún la distinción entre el *gregarismo* y el *grupismo* respaldado en la observación de Augustin Berque, de que el *grupismo* es diferente del primero "en el hecho de que cada miembro del grupo, consciente o no, se esfuerza [...] para servir al interés del grupo, al contrario de simplemente buscar refugio en él". [A. Berque, *Vivre l'espace au Japon*. PUF, Paris: 1982. p. 167, 169 (citado por M. Maffesoli: "A comunidade emocional", op. cit, 1987, p. 23.)]. Añade aún Maffesoli: "El término 'grupismo' [...] tiene el mérito de subrayar la fuerza de este proceso de identificación, que posibilita la devoción gracias al cual se refuerza lo que es común a todos" (Ibid). [Subrayados nuestros.] En uno, las *agregaciones* son un recurso de supervivencia, una forma creada por los miembros de un grupo para protegerse mutuamente; en el otro, *ellas* se constituyen a partir de la empatía del individuo con el grupo al cual se congregará. Respecto a la referencia histórica de la relación individuo/grupo retomada por Maffesoli y a la protección proporcionada por la convivencia en grupo destacada por Augustin Berque, Norbert Elias (1987) comenta que "En los estadios más primitivos del desarrollo social, el individuo [...] estaba mucho más estrechamente ligado al grupo en que nacía. Por el todo el mundo, las personas estaban [...] ligadas a las unidades prenacionales, a los parientes, a la tierra natal o a la tribu [...], pues estos eran grupos de los cuales se podía esperar ayuda y protección [...]". (Norbert Elias: "Mudanças na balança eu-nós", en *A sociedade dos indivíduos*. Zahar, Río de Janeiro: 1994. p. 148) [Título en castellano: "Cambios en la balanza yo-nosotros", en *La sociedad de los individuos*.]

⁷⁵ Elias establece un paralelo muy cercano a lo de Maffesoli, afirmando que ambas concepciones no marcan diferencias, ellas son una antítesis, así, al tratarse del *individuo*, estaríamos aludiendo a un fenómeno individual; por lo contrario, al hablarse sobre *persona*, estaríamos refiriéndonos a un fenómeno social. Además, es bastante valiosa su contribución sobre la etimología de ambos vocablos: sobre el término *persona*, afirma que durante mucho tiempo se creía haber alguna relación con el uso de la máscara usada en el teatro de la Antigüedad, pero que este dato es puramente especulativo, faltándole pruebas que lo confirme: "Algunos estudiosos se inclinan para una visión de que la palabra *persona* derivaría del verbo *personare*, "resonar, sonar a través de". Eso es posible, pero no pasa de conjetura". (Elias, op.cit., p. 131). (Cf. en esta misma referencia, la etimología de *individuo*.) Es igualmente válida aquí, la anotación del antropólogo Da Matta (1990) sobre el surgimiento de la concepción de *persona*. El autor nos informa que fue con Marcel Mauss (1974), "en un artículo clásico en que él acompaña la trayectoria de la noción que recubriría la idea de un *personaje* (en las sociedades tribales), siendo progresivamente *individualizada* hasta llegar a la idea de persona como "ser psicológico" y altamente individualizado" (sic) (Da Matta: Ibid.: 180). Da Matta nos advierte que en Mauss, la persona era un punto de encuentro entre la noción de un individuo psicológico y una unidad social, es más, que la noción de persona desembocaba en la idea de individuo. (Cf. MAUSS, Marcel:

proyecto sociológico e incluir la *persona*⁷⁶, pues asegura que diferentemente de aquél, esta posee una *existencia* en su relación con el *otro* y se construye en y por la *comunicación*. Ahora bien, propone el concepto de 'lógica de la identificación', en sustitución a lo de 'lógica de la *identidad*', de esencia individualista y que antaño se apoyaba sobre la existencia de individuos 'homogéneos', autónomos, señores de sus acciones y encerrados en su 'ipseidad', lo que en realidad no ocurre, porque son incesantes los cambios que suceden a lo largo de su vida biológica, familiar, profesional, afectiva, de sus relaciones de amistad, etc. La primera, al contrario, es lábil – “pone en escena *personas* de máscaras variables” (Maffesoli:19), es asimismo *colectiva*, lo que significa poder pensar en sí mismo a partir del otro, o 'de la alteridad'. El constante proceso de formación por el que el *yo* atraviesa en la 'identificación', es una señal de que las transformaciones son también viables en los varios matices de la vida en comunidad – en la política, en lo social, en la convivencia diaria – pero teniendo en cuenta el intercambio de experiencias, de la *comunicación*. La apariencia, en ese contexto, sirve para ilustrar cómo los cambios son factibles, que la vida no es algo consumado y la convivencia sana se alcanza a partir de las necesidades debatidas y compartidas por los grupos. Entre estas necesidades, la libertad de expresión se consolidaría como principio básico de la dignidad y de la ciudadanía, basado en la soberanía del individuo o del grupo, sobre sí mismo. Tales preceptos deben serles asegurados desde la más rutinaria acción en la representación social que es *vestirse*.

Las motivaciones que llevan a la formación de grupos, a los *contactos entre las personas*, a la *socialidad*, en una palabra, es la cuestión más importante accionada por Maffesoli, en la *Comunidad Emocional*. La *empatía*, que es el sustrato de una intrincada red de relaciones (interpersonales e intergrupales), demarca el período histórico actual en el que nos perdemos en un *sujeto colectivo* (o *neotribalismo*) al cual denomina por 'empático' (*Einfühlung*)⁷⁷ o proxémico. Dentro

“Uma categoria do espírito humano: a noção de pessoa, a noção do Eu”, en *Sociologia e antropologia*. Editora Pedagógica e Universidade Ltda. /Editora de la USP, São Paulo: 1974.)

⁷⁶ Maffesoli nos aclara sobre la naturaleza de la *individualidad* y la relación de esta con la idea de *persona*: “[...] existe una doble naturaleza de la *individualidad* de base, que según las circunstancias históricas y el genio propio de las civilizaciones, puede expresarse por la forma del *individuo* que tiene una fuerte y particularizada identidad, o perderse en un proceso de pertenencia a un conjunto más vasto. Esta segunda modulación, produce entonces la *persona*, procediendo por identificaciones sucesivas. Al *individuo*, opuesto a la *persona*, correspondería la *identidad*, opuesta a la *identificación*”. (Maffesoli, op. cit., p. 309) [Subrayados nuestros.]

⁷⁷ El *Einfühlung*, noción de origen estética o filosófica, término que para el autor se podría traducir como 'empatía' y en el que se apoyó para instituir la 'lógica de la identificación'. Del punto de vista fenomenológico, el vocablo “delimita el orbe de la sociedad contemporánea donde predomina el ambiente estético. Así, nociones como *comunicación*, *la experiencia del otro*, el hecho de *experimentar en común*, las *emociones colectivas* culminan en una serie de identificaciones”. (Maffesoli, op.cit., 1996, pp. 332-333) El *Einfühlung* estaría, pues, en la base de la socialidad emocional y empática, características con las que debemos comprender el fenómeno tribal en la *Postmodernidad* y que se oponen a lo social, racional o a lo contractual, típicos de la *Modernidad*.

de ese contexto, la *pluralidad de apariencias* que nos provee lo cotidiano, es por él apuntada como uno de los ejemplos de *l'ambiance emotionel* que emana del desarrollo (neo)tribual. Ella es identificada en los trajes punkis (en el ambiente londinense), en los trajes falleros (valencianos), en los abultados vestidos de las baianas (de Salvador), en los harapos del vagabundo, en los atuendos de los performers *de la estética vestimentar* y en todos aquellos atuendos que sirvan para ilustrar el 'presenteísmo' de una estética urbana, que por su efecto espectacular pueda romper la linealidad temporal de la vida cotidiana.

Retomando la cuestión sobre cuáles serían los impulsos de la socialización entre los miembros de un grupo, Maffesoli sugiere el *aura estética* como un factor preponderante en este proceso. En su argumento busca mostrar que cada periodo histórico fue marcado por un aura específica: la Edad Media, por el aura teológica; el siglo XVIII, por el aura política; el XIX, por el aura progresista y la contemporaneidad, por el aura estética. Esta última, conforme ha observado, está presente en las múltiples formas de solidaridad (propuesta por una ética de la estética, el sentir común) a que asistimos en la vida ordinaria: en las asociaciones de barrio y en los programas sociales en que participan artesanos o miembros de una comunidad que juntos, viven a diario la labor creativa; en las celebraciones realizadas dentro y fuera de las cofradías religiosas; en los días festivos, en cuya organización (y sobre todo en el cuidado con los ornamentos y los atuendos) se observa una participación maciza de la comunidad; en los rituales que loan la vida y la muerte. Son ejemplos de la vivencia estética compartida en lo cotidiano, cuyas motivaciones pueden originarse desde una necesidad concreta de cooperación mutua, hasta el ejercicio de una costumbre o tradición.

La estética cotidiana es resultado de la acción de *personas*, como las que están implicadas con su producción cosmética, de pequeños grupos y comunidades que se organizan en torno a objetivos previamente definidos o orientados por sus costumbres.

Es importante destacar que el carácter autónomo de la estética vestimentar de calle, como integrante de una 'estética mayor', cotidiana, no le permitiría encuadrarse entre las manifestaciones guiadas *por las costumbres*. Aunque incorpore elementos de la cultura, no le atañe representarla ni siquiera perpetuarla valiéndose de las tradiciones. Por otro lado, en lo que concierne a su participación como pieza en la cotidianidad ella es una garantía añadida de supervivencia de la 'zona de contactos' generada por la estética cotidiana. Para muchos, ella puede no ser acreditada como un factor de socialidad, principalmente si es analizada dentro de la perspectiva histórica individualista en

que se enmarcan muchas de las sociedades postindustriales, porque las aproximaciones entre los miembros de un mismo grupo social se vuelven cada día más difíciles. Sin embargo, ese cuadro se altera en función de la *cultura* y del *espacio geográfico* a que 'aquella expresión' pertenezca.

La relación individuo/sociedad/persona vs. (cuerpo)vestido/cultura.

Hasta entonces hemos aplicado los vocablos individuo y persona como sinónimos, en contrapartida, hemos asimismo investigado en Elias las sutilezas de diferenciación semántica entre ambos, nacidas de un proceso histórico y en Maffesoli, su connotación en el contexto sociológico contemporáneo. Esta investigación se explica por el hecho de que la dialéctica persona/individuo, individuo/sociedad, fue uno de los instrumentales que usamos para defender la tesis de que 'los dispositivos formadores de la cultura no material'⁷⁸ del individuo (o de un grupo social) serían forjadores de un *ethos* manifiesto en la apariencia (cosmética) y promotores de socialización' (término a que también nombramos *tactilidad cotidiana*). Apoyados por una noción 'conceptista'⁷⁹ de dichos vocablos, planteada por el sociólogo Norbert Elias (1987), que muestra en la estrecha conexión que hay entre ellos, que la mención a uno implica la asociación inmediata al otro. El propósito al buscar una correlación con la estética vestimentar de calle a través de este paralelo, fue registrar el proceso natural de incorporación de la *cultura* en cada proyecto de creación y cuyos elementos se reconocen al observarlos 'aisladamente' en sus aspectos más conspicuos, y en el 'grupo' integrante de esta 'estética'.

En el lenguaje corriente, *individuo* y *persona* son términos que nos suenan como sinónimos y que se opondrían semánticamente a *grupo*, pero no es lo que nos enseña Elias ni el filósofo

⁷⁸ La cultura no material incluye los valores morales, simbólicos (las creencias, los rituales), las costumbres, las normas, los objetivos y las ideologías que son los fundamentos de toda sociedad. (Cf: concepto en la web: <http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=34325&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html> [Acceso en: 07 jun 2007]).

⁷⁹ Expresión del barroco literario de influencia quevedista, el *conceptismo* está caracterizado por la búsqueda de la esencia de las cosas, accesible al pensamiento exclusivamente a través de la lógica, del juego de ideas y de conceptos. En la demostración de ambos pares de conceptos, Elias establece una dialéctica que opera por medio de asociaciones, a semejanza de lo que propone esa corriente estética, muy bien ilustrada en el poema del poeta barroco baiano, Gregorio de Mattos Guerra (1636-1695). En el soneto intitulado "Al brazo del mismo niño Jesús cuando apareció", identificamos curiosamente en la relación cualitativa [*el todo por la parte* (sinécdoque)], un recurso típicamente Barroco, la misma correspondencia sugerida por Elias: "El todo sin la parte no es todo /La parte sin el todo no es parte /Pero si la parte hace el todo, siendo parte, /No se diga, que es parte, siendo todo.//En todo Sacramento está Dios todo, /Y todo asiste entero en cualquier parte, /Y hecho en partes todos en toda parte, /En cualquier parte siempre queda el todo. //El brazo de Jesús no sea parte, /Pues que hecho Jesús en partes todo, /Asiste cada parte en su parte. //No sabiéndose parte de ese todo, /Un brazo, que le encontraron, siendo parte /Nos dijo las partes todas de este todo. (En *Obra Poética*. Ed. James Amado (2 vols.), Rio de Janeiro: 1990.) Traducción de Catarina Argolo.

personalista Emmanuel Mounier (1905-1950). Cuando habla de *individuo*, el primero se refiere a un fenómeno *individual*, en cambio, se refiere a la *persona* como fenómeno *social*; el segundo lo ratifica aseverando que *persona* es sinónimo de integración, compromiso, comunicación y donación e *individuo*, de dispersión, separación, egoísmo y evasión. Apoyado sobre la dialéctica de los pares individuo/persona, individuo/sociedad, Elias añade que “la *necesidad de destacarse* camina de la mano con la *necesidad de formar parte*” (Elias, 1994: 124) (subrayados nuestros), 'paradoja' que se explica por el 'anhelo (consciente) de diferenciación' de su grupo y, a la vez, (inconscientemente) motivado por la necesidad de ser reconocido por él, a través de una relación de pertenencia y solidaridad. A pesar de su 'distinción', es identificado por su grupo como 'uno de sus miembros' por las 'afinidades' que comparten, patentes en la apariencia y que son empleadas como mecanismo de *comunicación no verbal*.

Refiriéndose aún a la relación individuo/sociedad, Elias nos remite a la teoría de la Gestalt como el dispositivo que en la actualidad desvelar estos fenómenos, formulando que “el *todo* es diferente de la suma de sus *partes*, [...] *él* incorpora leyes de un tipo especial, las cuales no pueden ser elucidadas por el examen de sus elementos aislados” (Id: 16). [Subrayados nuestros.]. Inspirado en un término de la teoría de los conjuntos, el autor nos sugiere que “las unidades de potencia menor [...] dan origen a una unidad de potencia mayor, que no puede ser comprendida cuando sus partes son consideradas aisladamente, independientemente de sus relaciones” (Ibid.). Hemos ubicado asimismo en la 'Antropología de la comunicación', disciplina fundada en los EUA (años 50, Gregory Bateson, Escuela de Palo Alto), una ratificación del paralelo entre 'parte y todo' aplicado al estudio de la *comunicación verbal y no verbal* que concibe la “comunicación entre emisor y receptor según un modelo *orquestal*, o sea, como resultante de un *conjunto de individuos* reunidos para tocar juntos y que se encuentran en situación de interacción durable. Si bien todos participan solidariamente de la ejecución de una partitura invisible que es la *cultura*⁸⁰, *cada uno lo hace a su manera*. Explicaríamos este proceso identificando inicialmente como emisor, el performer vestimentar, el público como receptor, y a ambos como integrantes de la misma cultura que es la partitura que tienen en común. Observando que en la 'orquestación' todos participarían colectivamente, siendo que entre los performers ella se haría según 'el ritmo de cada uno', empleando su estética indumentar para interpretar la cultura.

Estas reflexiones son bastante reveladoras de lo que representan para la caracterización

⁸⁰ CUCHE, Denys, op. cit., p. 106. [Subrayados nuestros.].

de una sociedad⁸¹, los casos puntuales de *identidades* como *producto de una entidad mayor*, que es la cultura. Ellas se patentizan entre aquellos que buscan una *identidad visual* a través de una *exclusiva plástica vestimentar*, bien como entre los que se valen de esta misma práctica en la creación de un *personaje* con el cual se tornan conocidos del público local (cf. Capítulo 5).

Nuestro objetivo al buscar la correspondencia entre individuo y sociedad, era establecer a partir de ella una analogía entre el (cuerpo)*vestido* y *la cultura*, en la que el atuendo sea reconocido como una *expresión particular* y representativa de su cultura de origen, y la cultura, a su vez, fuera representada y identificada en el (cuerpo)*vestido*. Este paralelismo - vestido-cultura/cultura-vestido - puede aún ser aprehendido por los conceptos de *identidad-yo* e *identidad-nosotros*, formulados por Elias donde “la existencia de la persona como ser individual es inseparable de su existencia como ser social”, en una palabra: “no hay *identidad-yo* sin *identidad-nosotros*” (151-152).

⁸¹ Limitar el campo de actuación de la estética investigada no ha sido una tarea fácil, dadas las circunstancias en que ella fue inicialmente planteada. Su carácter interdisciplinario nos ha llevado a investigarla, inicialmente como producto cultural y social. En el primer caso, su análisis se ha detenido en los aspectos plásticos, 'supuestamente' identificados como los forjadores de una identidad visual y como agentes *socializadores*, atendiendo, este último, al segundo enfoque propuesto. Desde el primer punto de vista, la estética vestimentar de calle se encuadra, como objeto, en la *cultura material*, todavía ella es parte también de la *cultura ideacional* (no material) porque incorpora principios que son la base de la sociedad que la origina: sus costumbres, valores morales y simbólicos.



Figura 15. “Carrito de café”. Práctica muy desarrollada en Salvador, la pintura personalizada de los conocidos carritos ‘musicales’ de café, se ha tornado un concurso anual, como incentivo a la creatividad popular.

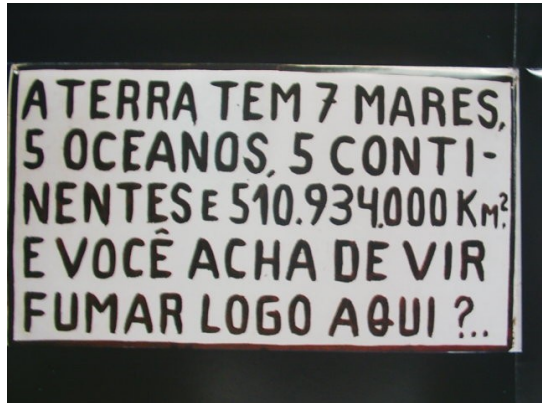


Figura 16. En la pancarta, el mensaje “La tierra tiene 7 mares, 5 océanos, 5 continentes y 510.934.000 km², y ¿Ud. cree de fumar justo aquí?”, es una muestra del espíritu juguetón y creativo del brasileño, incluso a la hora de hacer sus reclamaciones.

Figura 17. La creatividad está presente en todos los momentos de la vida del brasileño, incluso cuando se trata de su supervivencia. El vendedor, vestido con un traje habitual de trabajo, circula por la ciudad con su escaparate ‘sobre ruedas’, exhibiendo artículos de lencería.

Figura 18. La palabra “Abarajé” es otra forma inventiva de decir que “allí” se venden dos exquisiteces de la culinaria tradicional baiana, el *abará* y el *acarajé*. Las pinturas de dos importantes tarjetas postales de la ciudad, los faros de la Barra y de Itapuã (en la secuencia), ratifican la constante preocupación del baiano con la inclusión de lo estético en lo cotidiano.





Figura 19. Creación en pintura de la fachada de una zumería de un barrio popular de Salvador. Práctica muy extendida entre comerciantes de las zonas más periféricas de la Ciudad. (Se ve escrito: "Cócteles de frutas. Exóticos. Rita Baiana". Esta última, un personaje de la literatura brasileña, cocinera de un restaurante popular.).



Figura 20a. Vendedor de tarjetas de teléfono, transforma, creativamente su tablero de mercancía en un sombrero. La elección de la ropa blanca destaca todavía más la 'pieza' y el colorido de las tarjetas.



Figura 20b. La curiosa semejanza entre las dos imágenes: las mexicanas vendedoras de zapatos, así como el chico, en Salvador, vendedor de tarjetas de teléfono, crean un 'exótico adorno' para la cabeza, con sus mercancías,.

CAPÍTULO 5

Capítulo 5:

Referencias históricas del uso del indumento como expresión identitaria y su vinculación al concepto de estética vestimentar.

Palabras clave: VESTIMENTA, MODA, APARIENCIA, IDENTIDAD INDUMENTAR, PLÁSTICA VISUAL, ESTÉTICA VESTIMENTAR, PROCESO CREATIVO, SOCIALIZACIÓN, EXPERIENCIA ESTÉTICA.

El *vestuario* es una parte [...] de nuestros “yos” vivos y *en movimiento*. (E. Wilson)⁸²

Todo estetismo (estilo) es evasión, es un medio de conocerse a sí mismo. Para aquellos que optaron por la apariencia, la máscara acaba por tomarse realidad. La *apariciencia* [...] nace de los gestos y, a costa de representar tal o tal ilusión, nos volvemos lo que presentamos de nosotros. (P. Bollon)⁸³.

La apariencia se sitúa más allá de lo sentido, en los limbos de la razón y de la lógica, fuera de lo bello y de lo feo, del bien y del mal, de la verdad y de la mentira, ella es el canal privilegiado de la expresión de un discurso escondido, tabú, imposible de decir con palabras comunes lógicas. (Ibíd.)⁸⁴

Solamente las apariencias diferencian a los hombres entre sí, y ellas son artificiales, resultado de una creación, de un objetivo. (Ibíd.)

Antes de dar inicio a cada aspecto dispuesto en los apartados, nos cabe hacer una advertencia sobre el significado de *apariciencia* en este texto, situando su empleo en el dominio de la *indumentaria*.

En un primer sentido, *apparentia*, palabra de origen latino, se define por 'todo aquello se enseña a la primera vista'. En una perspectiva filosófica, es 'la manifestación, total o parcial, de la realidad'. En ambas acepciones⁸⁵, la apariencia no es algo que se manifiesta *integralmente*, que 'no se da por entero' al primer vistazo, no obstante, eso no significa que ella no aporte elementos

⁸² WILSON, Elizabeth. *Enfeitada de sonhos*. Edições 70, São Paulo: 1985. p. 11. [Subrayados nuestros.].

⁸³ Patrice Bollon: “A criação de si mesmo”, en *A moral da máscara*. Rocco, Rio de Janeiro: 1993. pp. 230-231, adaptado. [Subrayado nuestro.].

⁸⁴ Ibíd, p. 165.

⁸⁵ BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.

suficientes para la *valoración* de *algo* o de *alguien*. En este caso específico, la valoración a que se refiere no debe ser entendida como una exposición de un juicio de valor *moral*, sino *estético*.

El uso de la *cosmética* en prácticas simbólicas (rituales, religiosas), en manifestaciones culturales (cívicas, históricas, profanas), en expresiones de carácter estético o artístico⁸⁶, o mismo como discurso social (tribus y grupos urbanos)⁸⁷, es una demostración de la importancia que la apariencia reserva en la comunicación entre las personas y también puede ser considerada como un medio de 'situarnos con relación a los demás'.

En el análisis de Maffesoli, las múltiples *prácticas corporales*⁸⁸ nos permiten comprender que 'los diversos juegos de la apariencia se inscriben en un vasto sistema simbólico cuyos efectos sociales no deben ser despreciados'. Apoyado en estos efectos, ha construido su discurso en torno al papel de la sensibilidad (estética) en el proceso de socialización, como base de la comunicación en la vida cotidiana y en el que juegan dos elementos fundamentales, inmanentemente opuestos e indisolubles: estética y recepción (Monclar)⁸⁹. La apariencia (como producto estético), en sus revelaciones antitéticas (el desnudo o el vestido), gana sentido cuando se *formaliza* en la relación de alteridad⁹⁰, es decir, a través de un *testimonio ocular* en el que un *yo, para consumarse*, reclama la *asistencia* de *otro*. La identificación de una alteridad, en este caso, no sólo denota el reconocimiento de las *diferencias* patentes en la 'exterioridad de cada uno', sino que reconoce en la *distinción*⁹¹ un

⁸⁶ Cabe diferenciar en ese contexto, lo que consideramos estético y artístico: cuando nos referimos a la elaboración de la apariencia por personas que *circunstancialmente* utilizan el vestido como una expresión lúdica (por ejemplo, los que se atavian para un partido de fútbol), diferentemente de aquellas que *regularmente* lo emplean como recurso expresivo.

⁸⁷ *Tribu urbana* es un concepto sincrónico que se reporta a un determinado período de la historia de la indumentaria (décadas de 60 y 70) en la que pequeños grupos de personas empleaban el vestido como un recurso 'discursivo', de carácter social. En la actualidad, este término fue sustituido por *grupo urbano* (cf. nota de pie n° 118).

⁸⁸ El autor alude a las diversas prácticas observadas hoy en día: el *body-building*, cuidados con el cuerpo, dietética, cosmética, teatralidad. (Michel Maffesoli: "O reino da aparência", en *No fundo das aparências*. Vozes, Petrópolis: 1996. p. 164.).

⁸⁹ VALVERDE, Monclar. Estética e recepção. Disponible en la web: <<http://www.facom.ufba.br /Pos/monclar/sentid3.html>> [Acceso en: 18 sept. 2004].

⁹⁰ "A partir de la reflexión filosófica, se suele conceptualizar "relación" como *ordo ad aliquid*, es decir, "relación" sería el ordenamiento (intrínseco) de una cosa en dirección a otra. "Intrínseco aquí (..) se entiende (por) el ordenamiento del propio ser, de algo esencial a este ser. En otras palabras, relación es una realidad que para poder ser, necesita de otra". (GUARESCHI, Pedrinho: *Alteridade e relação: uma perspectiva crítica*, en ARRUDA, Ângela (Org.). *Representando a alteridade*. Vozes, Petrópolis: 1998. pp. 150-151.) Traducción de Catarina Argolo.

⁹¹ El significado que el término asume en nuestro texto no posee la misma relación (clasista) con la que Edmond Goblot (*La barrera y el nivel*, 1925) o Bourdieu (*La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus, Madrid: 1998) le han conferido. El primero, anticipándose al segundo, describe la burguesía como una clase social que frecuentemente representa su poder, de tal manera que utiliza la distinción para crear un contraste de *nivel* – a través del cultivo de prácticas de la vida rutinaria (como los buenos modales provenientes de una primorosa educación) - y una *barrera* simbólica. (Cf. Jorge Lozano: "Modas: diseñar el tiempo". *Revista de Occidente* (290), pp. 107-115, adaptado. Disponible en la web: <[http://www.ortegaygasset.edu/revistadeoccidente/articulos/\(290\)Jorge_Lozano.pdf](http://www.ortegaygasset.edu/revistadeoccidente/articulos/(290)Jorge_Lozano.pdf)> [Acceso en: 06 sept 2005]). Todavía, para un mayor desarrollo del conocimiento sobre la burguesía en el sentido etnológico, vale buscar una de las precursoras sobre el tema, la antropóloga Beatriz Le Wita que, en su obra - "Ni vue ni connue: Approche ethnographique de la culture bourgeoise", *Maison de las sciences de l'homme*, Paris, 1988 (mencionado en CUCHE, Denys, op. cit., p. 252) - analiza la

requisito esencial en los contactos interpersonales. Esa *exterioridad* puede ampliarse todavía más si englobamos el *conjunto cosmético* y la *corporalidad* del individuo (su expresión corporal); o *restringirse*, si nos fijamos en la *indumentaria*, que es una parte de este conjunto cosmético. En cualquiera de estos casos, la *distinción* es el principio motivador y el paradigma, por antonomasia, de las investigaciones sobre la apariencia.

Hemos buscado mostrar en la correspondencia *yo* (vestimenta/apariencia)-*ellos* (asistencia/alteridad), que la apariencia, ya sea en su totalidad (cosmética y en la corporalidad) o en su parcialidad (como en la indumentaria) es 'causa y efecto de la actividad comunicacional' o, una 'máquina de comunicar', expresión maffesolina usada para referirse *exclusivamente al traje* (Maffesoli, 1996: 161).

La preocupación con la apariencia⁹² no debe ser jamás enjuiciada como una actitud frívola, sobre todo porque está implicada "en un vasto juego simbólico, [que] expresa un modo de tocarse, de estar en relación con el otro, en suma, [porque] hace sociedad" (Ibíd.) Las prácticas cosméticas⁹³ del maquillaje, pintura corporal, tatuaje, atavío (toda ellas de 'superficie'), se reservan un papel esencial en la visibilidad del 'donaire' intangible que es *estar-junto*, comprobando su indiscutible eficacia en este proceso de comunicación→*socialización*.

La lógica maffesolina del *estar-junto* se sostiene en las conductas paradójicas de los que crean un *estilo* propio o elaboran su conjunto vestimentar libres de esta preocupación, pero con otra, que es distinguirse de la monotonía de la colectividad. Admitimos por *estilo*, el significado atribuido por Bollon⁹⁴, que lo concibe como un modo de expresión de la apariencia, sensible, sutil, maleable, inacabado, por eso poético y enigmático, abierto hacia el imaginario. Su decodificación imprecisa le confiere pluralidad y plasticidad, poniéndolo al margen de las manipulaciones vulgares y de lo

cultura en debate, partiendo de tres elementos fundamentales: (1) la atención dirigida a los detalles y, en especial, a la *vestimenta* (considerada un pormenor que cambia todo y hace la *distinción*) (2) el autocontrol y (3) el culto de prácticas de la vida ordinaria, entre las cuales, los buenos modales a la mesa.

⁹² Más sobre la *apariencia* en Patrice Bollon: op. cit., pp. 163-179. Tratándola por el término 'superficialidad', él la examina según dos visiones nietzscheanas: (1) en su estado primitivo (que él interpretó como "el grado cero de la mirada"), donde ella se materializa en una relación sencilla de interfaz sin intención o emoción, entre el individuo y el mundo. En (2) la "superficialidad por profundidad", ella es "indirecta, mediatizada, construida, artificial, y prueba una relación compleja, ambivalente y vivaz con el mundo y su posible esencia", es el reconocimiento de que el verdadero valor de las cosas sólo puede ser experimentado, 'sentido' por la *emoción estética*, jamás explicado (pp. 172-173, adaptado).

⁹³ Simmel ha subrayado como el adorno (*schmuck*) como práctica cosmética era esencial a las "formas de socialización", aseverando que él permite ser desindividualizado y al mismo tiempo, permanecer sí-mismo. [G. Simmel. *Soziologie*. Berlin: 1958. 5ª ed., p. 3, 278. (citado por M. Maffesoli, 1996, op. cit., p. 169).].

⁹⁴ Este a su vez, toma de los sentidos que le otorgó Nietzsche en *La gaya ciencia*: "modo de expresión, manera y arte de vivir, concepción estética del mundo, verdadera estetización de este y suprema elegancia social". La elegancia a que el autor se refiere es la mayor virtud del dandi, es su conducta moral hacia las personas conocidas o desconocidas, es 'el trato social' propio del hombre civilizado. (P. Bollon, op. cit., p. 180)

presumible y reservándole un trazo siempre innovador.

Ese factor de *agregación* mencionado por Maffesoli justifica por qué somos atraídos por las semejanzas, a ejemplo de lo que ocurre entre los miembros y simpatizantes de las tribus⁹⁵ y grupos urbanos (cf. el apartado siguiente). Curiosamente este mismo factor se revela entre aquellos que se sienten atraídos por lo 'diferente', explícito en el *dandismo*, en la estética vestimentar y en otros fenómenos de igual categoría que asimismo se orientan hacia la individuación.

Siglo XIX: el dandismo (según P. Bollon y E. Wilson).

Toda la literatura sobre el dandi (cf. Figura 21a) induce a que el lector cree una imagen de varón narcisista, que busca esencialmente el esmero en la manera de vestirse y de este modo, destacarse de la multitud. Al contrario de lo que se pueda suponer, el dandi no reivindicaba la 'individualidad', la presentaba como un objeto, es más, fingía no poseer 'interioridad', por eso trasparentaba 'superficialidad', sin embargo, su belleza y elegancia le eran naturales y profundamente *interiores*.

La suma de lo que representa el erotismo *dandi*, "esta ligereza de comportamiento, este rigor de las maneras, esta simplicidad en el aire de la dominación, este modo de ponerse un traje y de montar un caballo, estas actitudes siempre calmas, pero revelando fuerza"⁹⁶; todo en él puede ser interpretado como una *ética de la estética*, un modo de ser expresado por un conjunto de valores afectivos, sensibles, que encanta e invita al acercamiento.

La figura del *dandi* constituye el antecedente más remoto (siglo XIX), en la cultura occidental, de lo que se entiende por una *expresión identitaria vestimentar*, razón por que lo elegimos como un modelo de referencia de la estética analizada. Su figura emblemática y polémica, le tornó

⁹⁵ Los correspondientes contemporáneos del dandi, desde el punto de vista estrictamente indumentar, son los *mods* (de 'modernos', años 50/60; cf. descripción en Bollon, op. cit., p. 98-102), los *yuppies* (años 80, también nombrados 'hippies tardíos') y los *metrosexuales* (años 80). Yuppie, acrónimo para *young urban profesional*, o sea, *joven profesional urbano*, fue un término acuñado en principios de los años 80 para describir un perfil demográfico de jóvenes de cerca de 20 años, licenciados y treintañeros en ascensión profesional, que teniendo postergados los valores sociales pregonados por los hippies (años 60), marchaban en defensa de un estilo de vida que tendía a valorar los bienes materiales y a consumir (eran, por eso, una fácil diana de la moda). El concepto de *metrosexual* fue usado por primera vez en el año 1994, en Inglaterra, por Mark Simpson para referirse al *nuevo hombre* del siglo XXI cuyo perfil él define como el de "[...] un hombre joven con dinero para gastar, vivir o desplazarse hacia una metrópolis, porque es donde están las mejores tiendas, clubs, gimnasios y peluqueros. Él puede ser oficialmente homo, hetero o bisexual, pero esto es totalmente irrelevante porque se ha tomado a sí mismo como objeto de adoración y placer como su preferencia sexual" (cf. direcciones web: <<http://www.marksimpson.com/pages/journalism/www.marksimpson.com>>, <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Yuppie>>, <<http://www.tenantrights.net/text/pg-glossary.html>>) [Acceso en: 25 sept 2005]. Para conocer un poco más sobre el dandismo, cf. la web: <<http://www.dandyism.net/index.php>> [Acceso en: 12 sept 2005]

⁹⁶ BAUDELAIRE, Charles: "O dândi", en *O pintor da vida moderna*. Vega, Lisboa: 1993. p. 44.

exponente máximo de la *originalidad en lo vestir* y un tenaz opositor de la *trivialidad*. Emblemática y al mismo tiempo revolucionaria, porque significó para el bando occidental y capitalista, la transformación del vestuario masculino de su época, un símbolo de la elegancia varonil no ceñida al indumento, sino extensa a las *actitudes* hacia los demás, independientemente de clase social, tal como debía convenir a un fiel representante de la aristocracia. Ser dandi era, entre tantas particularidades, incorporar esa postura aristocrática y *en esencia*, saber encarnar un ideal de 'belleza de conjunto' (cf. Figura 21b). Siendo la imagen personal su 'tarjeta de presentación', el que se proponía el desafío de transformarse en uno, habría de conllevar señales típicos, como un cierto aire de misterio y poder, un modelo de perfección en las acciones cotidianas, sobre todo, en las relaciones sociales. Es en la calle, en medio de la multitud, que él ofrece lo mejor de su elegancia y se rinde a la generosidad de pequeños-grandiosos gestos como un saludo cordial, una mirada acogedora, porque reconoce la importancia del estar-junto, de vivir la proxémica, acortando las distancias impuestas por la formalidad social.

El carácter polémico del *dandi* no se limita a la afirmación de un comportamiento disidente declarado en el atavío, sino más bien, a la apropiación de un atributo antes 'exclusivo' del universo femenino que es la búsqueda y la plasmación de un ideal de belleza explícitos en la apariencia. Es asimismo en este pormenor que el dandismo señala con vehemencia su talante opositor, anticonformista, y una vez que se instaura como un estilo particular, muestra que también es *antimoda*⁹⁷. En este concepto se engloban las formas de atuendos que se desvían de un patrón vigente sin preconizar un *nuevo estilo*, sin embargo, fundan un género personal de vestimenta, protegido de la influencia de la moda. En palabras de E. Wilson, este tipo de expresión indumentar es "una tentativa de encontrar un estilo sin época, de eliminar [...] el elemento cambio en la moda". (Wilson, 1989: 247). Como epíteto específico de *estilo urbano personal*, ella es lo que el dandismo ha figurado en el siglo XIX, una *antimoda* o un *modo de ser* que no alcanzaría equivalente en la historia del vestuario, a pesar de lo que significó la estética de las tribus urbanas en los años 60, en términos de innovación y desviación, en la indumentaria.

El relieve que hemos atribuido al *dandi*, en este estudio, se fundamenta por la identificación de muchos de sus atributos aquí expuestos con los de la *estética vestimentar de calle* y que se complementan con los análisis que Patrice Bollon (1993) aporta sobre el *dandismo*. Sobre este tema,

⁹⁷ El concepto es inicialmente propuesto por J. C. Flügel (1930), localizado en George Simmel (1971) y retomado por Polhemus y Procter (1978). La información nos viene de Malcolm Barnard en su obra *Moda y Comunicación*. Rocco, Río de Janeiro: 2003. p. 28.

el autor resalta algunos aspectos también tratados por Maffesoli acerca de la omnipresencia de la estética en lo cotidiano y en su hipótesis de que ella sería el principal fundamento de toda forma de socialidad. Es el reconocimiento de la importancia de lo inmaterial en el propio núcleo de lo material⁹⁸. Bollon se aproxima de esta perspectiva al justificar el valor del dandismo como “un principio de vida, una ética, un ejemplo a seguir y una estética (y también una moral) de donde procede su estilo y la actitud que éste refleja”. Se apropia del postulado de Wittgenstein, según el que “ética y estética son una sola cosa” para mostrar que es el estilo (la apariencia, imagen y todo lo que él representa) - una estética (el '*aísthesis*' o el '*sentir común*'), una moral, un comportamiento -, y no una lógica, lo que da el sentido de las cosas y del mundo. En una palabra, el mundo y las cosas que nos rodean sólo ganan valor si lo buscamos por medio de la sensibilidad y de la '*convivencia social*', añadimos.

Otro aspecto mencionado por Bollon, es el carácter sedicioso de este personaje que brota de una revuelta puramente *estética* o estetizante, a veces, metafísica o '*existencial*', exclusivamente expresada en su *estilo*. El dandi reproduce en su *ethos*, el *Zeitgeist* romántico de su tiempo, la búsqueda por un modelo de *belleza* “que es una de las metamorfosis de las encarnaciones de lo *ideal*” (Bollon, 1993: 205) y el '*mito del artista*' que se eleva de la multitud para fundar una identidad '*incorpórea*'. Esta inmaterialidad constitutiva es resultante de la '*invención de sí mismo*', inspirada en un concepto (*ideal*) de belleza, “libre de cualquier raíz natural, [...] casi un artefacto”. (Bollon: 205.) Su estilo no es rigurosamente una característica exterior, sino más bien intangible y comprensible, únicamente si nos predisponemos a buscarlo más allá de su apariencia.

En su aclaración sobre *estilo*, Bollon⁹⁹ nos revela ingeniosa habilidad para tratar de un concepto '*aparentemente*' verificable y resuelto, elaborado por imágenes y símbolos, pero controvertidamente sutil, evanescente y cambiante. Tales calificativos por sí solos manifiestan el '*dibujo*' sinuoso y antípoda de esta visión particular sobre el término. Si bien '*sinuoso*', este esbozo nos ha aportado elementos bastante ilustrativos sobre la esencia de la estética vestimentar de calle, analizada a partir del contexto (*callejero*) en que se epifaniza:

[El estilo] es un arte cotidiano y popular del vivir. Él hace de la sociedad un tipo de *croquis emocional* donde se mezclan las tradiciones más retrógradas con las anticipaciones más osadas, hundiéndolas en una única imagen abarcadora. Su materia es fluida, fugaz y volátil, desapareciendo en el momento de revelarse, y su interpretación altamente inestable, llega a ser

⁹⁸ Maffesoli, 1996, p. 31, adaptado.

⁹⁹ P. Bollon, op. cit., pp. 164-165, adaptado. (Traducido por Catarina Argolo.)

plural; todavía, son sus insuficiencias como lenguaje, su carácter impreciso [...] y su posición marginal, descentralizada, (...) su vulnerabilidad de conjunto, de *naturaleza* [...] que le permiten [...] desempeñar ese papel central de expresión. Es porque no es "serio", porque se burla de toda coherencia y no desiste de fundar un "proyecto", que el estilo puede encargarse de los deseos más oscuros, más perturbadores, pero también de los más innovadores de la sociedad que lo cerca. Su futilidad exacerbada (aparentemente sin importancia), espectacular, es la garantía de su [...] eficacia como modo de expresión. [...] su irresolución y su indeterminación [...] pueden actuar [...] como plasticidad: todo o casi todo es únicamente estilo, porque al revés de las ideologías, él no posee ideas concebidas *a priori*.



Figura 21a. Georges Brummel (1778-1840), el 'mentor' de la imagen del dandi.

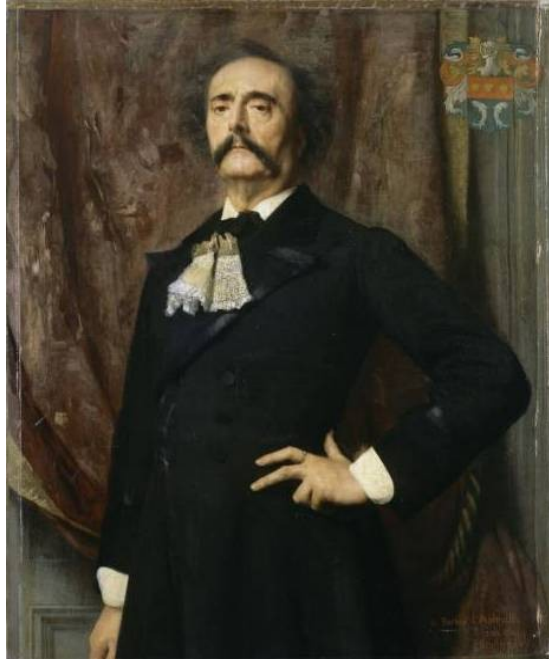


Figura 21b. Ejemplos máximos del *dandismo*. En la secuencia: *Jules Barbey d'Aurevilly*, retratado por Émile Lévy, en 1882; *El conde Robert de Montesquiou* retratado por Giovanni Boldini, en 1897; y Tom Wolfe, periodista estadounidense (foto).



5.1. La indumentaria en cuanto factor de distinción y recurso expresivo personal a través de la historia. Aproximaciones al concepto de estética vestimentar de calle de Salvador.

Situamos históricamente el *dandismo* como “el prototipo de la rebeldía en favor de la afirmación del yo” (E. Wilson, 1985) y repudio a la pasteurización de la imagen indumentar. Paradójicamente, esta misma expresión del subjetivismo en el vestir se hizo *modismo* muy pronto entre los que se identificaban con los principales atributos dandescos que son la apariencia y la forma de conducirse socialmente. Tratase de una característica que vendría a transformarse en el compromiso de la *moda-comportamiento* (expuesta en este mismo apartado), de viabilizar la coexistencia de dos distintos impulsos, uno *socializante*, y otro *individualizante* (Simmel).

Aún en el siglo XIX, los ambientes bohemios de París, Londres y Estados Unidos se destacaban como un plató de vestimentas extravagantes que se consolidaron en la historia de la indumentaria y de la moda, por su carácter innovador y levantisco, como bien representó la estética dandi a través de sus más expresivos exponentes, Brummel (Figura 21a) y Baudelaire.

Diferentemente del dandi, los que optaron por este género de indumentaria no lograron sellar, como él, un estilo que sobreviviera al tiempo y se mantiene como referencia para aquellos que buscan una apariencia distintiva¹⁰⁰. Este hecho se explicaría, tal vez, por una carencia de legibilidad en la construcción de una identidad vestimentar que se sobrepusiera al aspecto 'estrictamente' formal, sin el sustrato de un *ethos*¹⁰¹ como en el dandismo, cuya conducta moral era una añadidura a la inusual cosmética de sus adeptos.

En la lista de bohemios que se identificaban con la producción particular del vestuario, constan nombres como el de Djuna Barnes (1892-1982), escritora estadounidense que adoptó como insignia vestimentar una capa negra que expresaba sofisticación y excentricidad capaces de despertar reacciones de extrañeza en el público callejero. Su amiga, la baronesa-poetisa Elsa von Freytag-Loringhoven (1874-1927), con quien figuró en la escena modernista al lado de los dadaístas, se aventuró por el terreno del *maquillaje* y del *peinado* como principales recursos expresivos, poniéndose de negro los labios, de amarillo las mejillas (cuando la moda era el *rouge*), en busca de

¹⁰⁰ Arriesgaríamos proponer el metrosexualismo como una tendencia postmoderna del dandismo, que viene ganando cada vez más adeptos en todo el planeta. (Cf. en este capítulo, n. de pie n° 95).

¹⁰¹ Maffesoli señala que la idea central de su obra (1996) es el momento en que la estética se transforma en ética. Idea equivalente se extrae de los propósitos del dandi, en su búsqueda por un estilo particular, pero (estilo) en las dos acepciones nietzschianas (“A gaia ciencia”): (1) como modo de expresión, manera y arte de vivir, y (2) como concepción estética del mundo, verdadera estetización de este y suprema elegancia social. (BOLLON, Patrice: “A moral da máscara”, en op. cit., p. 180.)

originalidad, además de haberse permitido una apariencia masculina, rapándose los propios cabellos. Otros *nombres*¹⁰² citados por E. Wilson, como de la pintora Vanessa Bell¹⁰³, integrante del grupo Bloomsbury, y hermana de la escritora Virginia Woolf (Figura 30), iban surgiendo al lado de las *modas* (de los años 10, 20, 30, etc.) y *estilos* (el Chelsea¹⁰⁴, en Londres, años 20, 30) encarnados por personas de la escena artística, cuya actividad profesional era *de por sí* una garantía de mayor visibilidad entre los demás artistas, como solía pasar con los actores y actrices del cine¹⁰⁵ (hollywoodiense). Algunos de estos artistas crearon un estilo propio como Audrey Hepburn, Greta Garbo, otros incorporaron en la vida real, detalles de la apariencia y el figurín de sus personajes, como Jean Harlow, la rubia 'platino', volviéndose ellos mismos víctimas del *star-system*, pero ninguno de ellos consolidó una identidad vestimentar genuina.

Muchos de estos personajes del mundo artístico fueron registrados por grandes pintores y dibujantes o por el objetivo de fotógrafos del calibre de Nadar (1820-1910), que ha sacado retratos de *Sarah Bernhardt* y *Georges Sand*; Man Ray (1890-1976), de *Dalí*, *Picasso* y *Gertrud Stein* y el también el pintor/diseñador, Alexander Rodchenko (1891-1956), que tiene entre sus registros fotográficos, *Retrato de la madre, Stepanova con un cigarillo* y *El poeta Vladimir Maiakovsky*.

Pintores que formaban parte de un grupo de intelectuales que recibió el nombre del barrio londinense *Bloomsbury*, retrataron a sus compañeros y amigos como la artista rusa Lydia Popova (una manifiesta alusión a Ingres, cf. Figura 30), la actriz Iris Tree y la propia Vanessa Bell (cf, ambas en la Figura 27), que por diversas veces fue motivo de inspiración del pintor Duncan Grant.

Gracias a los ojos sensibles de pintores y fotógrafos, hemos tenido la posibilidad de conocer a través de su cosmética, el carácter, las preferencias y estilo de vida de estas grandes figuras, que igual podrían ser interpretadas como *outsiders*¹⁰⁶, para su época.

¹⁰² Cf. más nombres en Elizabeth Wilson: "O traje de oposição", op. cit., p. 248 ss.

¹⁰³ Una de los integrantes del grupo literario inglés, Bloomsbury, formado por los escritores Virginia Woolf y Edward Forster, el historiador Lytton Stracher, el economista John Keynes y que ha incorporado asimismo otros intelectuales como los pintores Roger Fry y Duncan Gran y el crítico de arte Clive Bell. Surgido en 1904, en el barrio londinense del mismo nombre, ellos tenían como propósitos, el intercambio de experiencias sobre su trabajo, ayudándose mutuamente y la defensa de un estilo de vida liberal contrapuesto a los valores vitorianos preservados por la sociedad de la época y que se reflejaba en la manera peculiar como se vestían.

¹⁰⁴ Nombre de una calle de Londres donde se instalaron tiendas femeninas. La imagen *chelsea* más conocida está principalmente asociada a la década de 60 y consistía en minis, botas en piel que iban hasta los muslos y mallas justas de ranuras. (O'HARA, Georgina, Chelsea, dentro de *Enciclopédia da Moda: de 1840 à década de 80*, (p. 79), Companhia das Letras, São Paulo, 1992.)

¹⁰⁵ Respecto a los actores y actrices responsables por crear modas y estilos. Cf. FAUX, Dorothy S. et alli. *Beleza do século*. Cosac & Naify, São Paulo: 2000; CALEFATO, Patricia. *Moda y cine*. Instituto de estudios de moda y comunicación, Valencia: 2003; AAVV. *Moda: una historia desde el siglo XVIII al siglo XX*. Taschen Benedikt, Köln: 2003.

¹⁰⁶ En el diccionario "Word Reference", el significado del vocablo *outsider* es 'forastero' en los idiomas castellano, francés, portugués, italiano. Sin embargo, en inglés, el asume el sentido que empleamos aquí y que suele ser usado en la literatura sobre indumentaria, que es "alguien que está excluido de o no es miembro de un grupo" (cf. en la web:

Una de las dificultades con la que nos hemos enfrentado en este trabajo, fue la discordancia entre los autores con respecto al uso de determinados vocablos aplicados a algunos estilos de indumentaria. *Outsider*, el más controvertido de ellos, es un término anglosajón corrientemente empleado en la literatura sobre indumentaria para definir a los que se atavían de manera 'excéntrica', escapando a los contornos definidos por la moda. La amplitud de su significado ha permitido abarcar la cosmética de los iconos del cine, las tribus¹⁰⁷ (cf. Figuras de 22 a 24) y grupos urbanos y los *performers* callejeros. En los discursos acerca del tema, estas manifestaciones vestimentares son descritas como una manera de definir un papel social, expresión o comportamiento personal, e incluso en el caso exclusivo de las tribus y grupos urbanos, 'un medio de comunicación interpersonal'.

El propósito en buscarles vinculaciones con el arte fue puesto en marcha por autores como Flüguel, Elizabeth Wilson y Barnard. En la apreciación de este, "moda e indumentaria son modos por los cuales los individuos pueden diferenciarse *como individuos* y declarar alguna forma de singularidad" (2003: 93, adaptado). Wilson, a su vez, ha nombrado aquellas prácticas *vestimentares*, 'trajes de oposición', por traducir una actitud de reacción a los patrones impuestos a la forma de vestirse. Afirmaba que "en todas las sociedades [...] los trajes y los adornos tienen un papel simbólico de comunicación y un papel estético" (Wilson, 1989: 13) añadiendo, además (mencionando sus orígenes), que "los trajes, de un modo general, parecen rellenar un cierto número de funciones sociales, estéticas y psicológicas, todas expresadas simultáneamente"¹⁰⁸.

Fue en el ambiente artístico donde esta *postura vestimentar de reacción*, nacida con el dandi, alcanzó el mayor contingente de adeptos. Representante de una forma de vestir inherente a las celebridades de este medio, se oponía a las posturas tradicionales del vestir, reflejando su carácter inconformista, emancipado y más receptivo a las innovaciones.

En los primeros decenios del siglo XX, los elementos y características que se desviaban de los patrones de una cosmética usual fueron llevados a las últimas consecuencias de la osadía por la escena vanguardista. Wilson¹⁰⁹ califica la producción de este período de *vestuario utópico o estético* justificando que la gran mayoría de los proyectos no salió del papel, y que en términos formales era

<<http://www.wordreference.com/definition/outsider>> . [Acceso en: 09 oct 2007]

¹⁰⁷ Sería tan sólo a partir de la aproximación entre Sociología (Escuela de Chicago) y Antropología (cultural americana, años 30) que las investigaciones sobre las 'comunidades urbanas' serían desarrolladas, permitiendo a los científicos localizar allí el fenómeno a que ellos nombraron *subcultura*. No obstante, el término 'tribus urbanas' tal como conocemos hoy, no es un dato reciente (años 60 y 70), según informa P. Bollon (cf. BOLLON, Patrice, op. cit., pp. 9 -160).

¹⁰⁸ WILSON, E., op.cit., p. 14, adaptado.

¹⁰⁹ Cf. Elizabeth Wilson: "O vestuário utópico e as reformas", en op. cit., pp. 279-302

una forma más adelantada del “traje de oposición”. El franco ejercicio de la experimentación, en esta fase, llevó a los artistas a los extremos de la extravagancia en la producción de figurines para los ballets (rusos¹¹⁰, sueco, mecánico y triádico). Tal arrojó sólo vendría encontrar correspondencia décadas después (años 60 y 70) con la alta costura¹¹¹ que ha conquistado el espacio de los museos como una legítima expresión de la creatividad, igual que las obras de arte.

El ambiente artístico del siglo XX, como enseñamos, ha demostrado igual interés por la expresión vestimentar personal que dió continuidad a la efervescencia de la 'diferenciación' inaugurada en el periodo anterior. Si bien contaba con una cifra más significativa de protagonistas de una *cosmética*¹¹² marginal, aún se la veía *alejada de la originalidad* de los 60, expresada en *vestidos* concebidos como objeto artístico (cf. *wearable art* o 'arte usable'¹¹³, v. Figura 26) cuyo origen se encuentra en la alta costura (Charles Frederick WORTH, 1825-95, Inglaterra) y que a través de sus estilistas sigue ejerciendo en la actualidad, gran influencia sobre los artistas, atrayéndolos hacia el mundo *fashion*.

¹¹⁰ A principios del siglo XX, la participación maciza de pintores en la elaboración de estos figurines fue un marco importante en la historia del traje y de las artes. Prestaron su colaboración artistas como Picasso, Miró, Léger, Popova, Rodchenko y Schlemmer. Fue en este ambiente y en el mismo periodo que Olga Kolkhlova, bailarina de los ballets rusos, conoció y se casó con Picasso. Los retratos que hizo de Olga, fue una serie de otros tantos que vendría a producir posteriormente, de sí mismo, de sus hijos, esposas y amigos. En una de las representaciones de Olga, la de 1923, Picasso crea un retrato tradicional, académico y monocromático, con la predominancia de marrones y castaños – en los cabellos, vestidos, silla en que está asentada y en el fondo –, tonos que enfatizan su semblante melancólico y lejano. No obstante, en el de 1926 el artista introduce símbolos de la *indumentaria femenina española*: el abanico, en la mano izquierda y una mantilla estampada en motivos florales, que simula el forro de su asiento. Esta es una obra que revela en la paleta y en el tratamiento dispensado al modelo, un Picasso todavía atado a los cánones académicos.

¹¹¹ “Eso es cosa de museo”, título en castellano de un reportaje de un semanario brasileño que anuncia una exposición en São Paulo: *Fashion Passion – 100 Anos de Moda na Oca* (Pasión Fashion – 100 años de moda en la Oca, título en castellano) sobre historia de la moda, a través de la producción de los más expresivos estilistas de los últimos cien años, es la prueba cabal entre nosotros, brasileños, de lo que ya hemos expuesto. (GRYZINSKI, Vilma: “Isso é coisa de museu”, *Veja*, São Paulo, año 37, n° 36, 22 sept. 2004, pp. 120 – 121.). En el año posterior, el Museo Nacional de Bellas Artes de Venezuela ha exhibido la muestra organizada por el curador y catedrático londinense prof. Christopher Breward, del Museo Victoria y Albert, intitulada “Dandy del siglo XXI” (del 04 de agosto al 25 de septiembre de 2005), en la que más de 60 estilistas ingleses contemporáneos exploraron seis estilos de *moda masculina* predominantes en Gran Bretaña, a partir de la figura del dandi. (Cf. en la web: <<http://www.portaldearte.cl/agenda/instalacion/2005/dandy.htm>>) [Acceso en: 14 nov 2005]

¹¹² Barnard introduce un término más en el vocabulario de la moda y del vestuario, *ensemble*, que en inglés significa 'conjunto' y que viene a ser efectivamente, el conjunto de las piezas de la indumentaria. (Cf. en Malcolm BARNARD, op. cit., p. 50 ss.)

¹¹³ Los precursores históricos del *arte usable*, así nombrada por la artista plástica y diseñadora italiana Orietta del Sole, viene de las vestes de los santos, retratos de damas y caballeros (siglos XIV, XV, XVI, etc.), de personajes de musicales (siglos XIX y XX), de los figurines de Erté, del carnaval, del cine, de los *Parangolés* de Hélio Oiticica. Pero asimismo reservan trazos de influencia de los *Sister Studios* [Gran Bretaña (1880-1920)], donde se creaban piezas de ropa que eran verdaderas obras de arte. El vestido como pieza artística fue también núcleo de una muestra realizada por la Fundación Calouste Gulbenkian, en los años 80, intitulada “¿Traje: obra de arte?” llevada a Brasil por el director del MASP, Pietro Maria Bardi, en la misma década. [Adaptado de: del SOLE, Orietta: “Arte que se pode vestir”, en *A Tarde*, Salvador: feb. 1995, Suplemento “Moda, cultura e comunicação”, Fundação Demócrito Rocha (Fortaleza), feb. 1995, v. 7. p. 3. Suplemento.]. Cf. el concepto de arte vestible (*wearable art*) en la página web de Julie Artisans' Gallery: <<http://julieartisans.com/whatis.html>>.

En su publicación semanal, la revista *Veja*¹¹⁴ expone un 'movimiento paralelo' a la moda (dictada por los cánones de las grandes marcas) que asimismo se trata de una forma 'marginal' de ataviarse que niega las tendencias extranjeras y sirve de referencia para las colecciones de cada temporada. El reportaje aún anuncia una franja de edad de 25 años para el grupo de esta moda marginal que, según opina, no es más que “un rebaño de ovejas negras entre el rebaño de estilistas tradicionales”. La crítica reprocha la *falta de personalidad* de ambos, público consumidor y estilistas, refiriéndose a la indumentaria usada por el primero y creada por el segundo. Lo justifica argumentando que 'sus creadores' trasladan a la ropa sus gustos personales por los tebeos, por la indumentaria de los grupos urbanos, sin ninguna motivación investigadora ni preocupación en conferir más autenticidad a sus creaciones. La otra parte (los usuarios) es criticada por ilusionarse con la idea de una 'diferenciación engañosa', que en realidad es la repetición de soluciones desgastadas con el objetivo de crear una imagen distinta y no atienden a los anhelos de ninguna de las partes. Uno de los jóvenes entrevistados (José Carlos Calazans), apostando por una apariencia más humorada y muy explorada por individuos de su edad, explica que él “generalmente adquiere una pieza diferente aquí, otra allí, para mezclar con vaquero y volver la ropa más graciosa”. La estilista (Estela Paes e Alcántara), a su vez, se refiere a sus creaciones como los artistas a sus obras: “cuando hago una prenda es como si ella fuese mi hijo, *tiene mi cara*¹¹⁵ y compro sólo el que se identifica conmigo”. Es patente en sus palabras el convencimiento de la originalidad de sus producciones, la intención en crear un estilo propio y volverlo 'moda', o sea, en perpetuarse en sus consumidores a través de la apariencia, al referirse a sus creaciones como si fuesen su prole.

Casi el cien por cien de los creadores de la alta moda asume una postura idéntica a ésta porque están integralmente conectados con el universo creativo. Sin embargo lo importante a observar en estos ejemplos, es que en ciertos momentos cada uno de los dominios *moda* y *arte* se funden y se apartan para volver a unirse de nuevo, en un *motu continuo* que se justifica por sus 'afinidades', a pesar del tenue límite que los aísla.

Lo cotidiano de las calles está repleto de formas 'pseudo' originales de expresión vestimentar, como las que se han ilustrado. En este caso, es importante que elucidemos algunas cuestiones para que no haya equívocos sobre *lo que ellas significan, en qué se distinguen de la estética indumentar de calle y por qué le atribuyen indebidamente autenticidad* cuando no la poseen.

¹¹⁴ AA.VV. “Saída paralela: ganha força a tendência das ovelhas negras”, en *Veja*. São Paulo: 02 sept. 1987. pp. 24-30.

¹¹⁵ Esta es una expresión muy utilizada en el argot joven, brasileño, para decir que 'algo' posee la identidad de la persona que habla o de quien se habla. (Subrayados nuestros.).

Estos interrogantes encuentran explicación en el debate sobre las 'expresiones individuales' o en la 'identidad', en los movimientos de la moda levantados respectivamente por Barnard y Bollon. Recordamos aquí el comentario del primero sobre el papel de la moda y de la indumentaria en la búsqueda de una imagen vestimentar particular. Para callear esta reflexión, el autor expone que, "ropas que son raras o porque son muy antiguas o muy nuevas, pueden ser usadas para expresar una singularidad individual" (Barnard, 2003: 93). A título de ilustración, un estudio diacrónico de la moda en un periodo de 20 años, ha mostrado que su desenfundada renovación ha generado una gran cantidad de estilos. Partiendo de este dato, si alguien seleccionara vestidos dentro de un intervalo de tiempo de cerca de un cuarto de siglo para componer una vestimenta, haría pensar a los demás que 'ha creado una nueva moda o un nuevo estilo'. En circunstancias puntuales como ésta, el resultado de la combinación de piezas producidas a gran escala, diferentes en tipos y estilos, sería el de un traje de carácter exclusivo. Tratándose de piezas confeccionadas industrialmente, esto solo sería posible cuando ellas pasasen de moda y el resultado sería aún más convincente cuanto más alejadas estuvieran del momento histórico en que fueron elaboradas. En esta circunstancia precisa, el producto de una o de varias modas serviría para crear un conjunto indumentar exclusivo, en función de la escasez y sincronía de sus componentes, tal como verdaderas piezas de museo.

Bollon se apropia de adjetivaciones del estilo neorromántico para trazar su concepción de *exclusividad* o identidad vestimentar, por una vía tangencial a la de Barnard, calificándola como (1) una alienación de las modas, (2) un género que no se ha preocupado en prescribir un traje normativo, ni en identificarlo con alguna panoplia; (3) un escapismo de la realidad que prescinde de la libertad de la imaginación; (4) un *zapping* indumentario y cultural en el que 'vale todo' para conquistar 'un espacio destacado' en la trivialidad del conjunto indumentar cotidiano de las calles.

En un artículo de periódico, el estilista baiano Ney Galvão¹¹⁶ hace una defensa en favor de la *originalidad* al constatar la 'falta de identidad' del traje femenino baiano. En su opinión, esta identidad puede ser construida a partir de la exploración de 'elementos de la propia tierra' (refiriéndose al nordeste del país, donde se sitúa Bahía, región con una artesanía muy propia y diversa): "el blanco, los encajes y los amplios estampados de colores"¹¹⁷.

Si bien el análisis de los *rasgos regionalistas del vestido* no sea el enfoque de nuestra

¹¹⁶ Nacido en 1952, Itabuna, Bahía y muerto en 1991, São Paulo, SP.

¹¹⁷ MOTTA MAIA, Adinoel: "Desburocratização quer brasileiro sem gravata e paletó", en *A Tarde*. Caderno 2. Salvador: 27 ene 1981. p. 6. (Traducción del título por Catarina Argolo: "Desburocratización quiere brasileño sin corbata y traje").

investigación, reconocemos su empleo como una de las vías de elaboración de 'identidad vestimentar' capaz de generar socialidad. En algún momento de la producción de sus atuendos, los creadores de la estética indumentar fueron influenciados por los 'productos nativos', pero tuvieron en cuenta su valor como un recurso más dentro del vasto manantial del que podrían echar mano para sus producciones (esta es una postura que Ney Galvão también defiende, siempre que el creador no pierda de vista la *autenticidad* de sus creaciones). Otro aspecto importante de la creación de esta personalidad del atuendo está en la constante demanda del potencial investigador durante el proceso de búsqueda y selección de los recursos materiales y simbólicos que serán usados en su producción.

Tribus urbanas



Figura 22. Punks

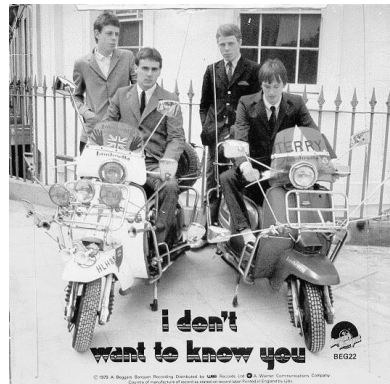


Figura 23. Mods



Figura 24. Cyberpunks



Figura 25. Gótico



Figura 26. Wearable art (Arte usable)



Figura 27. Grupo Bloomsbury : *Malabarista y equilibrista* (hacia 1918) y *Vanessa Bell encinta* (1918), por Duncan Grant; *Iris Tree con sombrero* (1915), por Roger Fry; *Amenophis* (1913), detalle de tela de Duncan Grant.



Los 'modos' de la moda y del arte indumentar.

Nuestro interés hasta ahora ha sido la composición de un cuadro histórico que albergara las referencias más exponentes de la estética vestimentar personal desde fines del siglo XIX. Reafirmamos este compromiso, recordando que a partir de este marco nos fijaremos en las expresiones *indumentares* exclusivas, anónimas y callejeras, cuyos parámetros conceptuales son la moda y los fenómenos que surgieron a consecuencia de ella: la *antimoda* y la *no-moda*.

A continuación, discurriremos sobre los *outsiders* y sobre las *tribus urbanas*¹¹⁸, como un fenómeno indumentar identificado en los años 60 y 70.

La *customización*¹¹⁹ es introducida en este contexto como una práctica de 'personalización' totalmente incorporada al vestuario y empleada en varios productos industrializados.

Comenzaremos por mostrar que la *estética vestimentar* 'no es moda', sino un fenómeno paralelo nacido de una postura de reacción a los atavíos comunes y de aspecto invariable, fruto de una producción masiva.

Nuestro punto de partida fue la *historiografía*¹²⁰ de la *indumentaria*, fuente legítima de los

¹¹⁸ En su libro *A moral da máscara* (op. cit), Patrice Bollon muestra que las tribus urbanas no son un fenómeno actual, sólo cambian sus ideales, motivaciones, espacio geográfico y periodo histórico. El autor brinda al lector una selecta bibliografía de gran interés para los que estudian el 'traje de reacción'. *Muscadins, neorrománticos, zoot-suiters, zazous, punkis, dandis*, son algunos de los estilos de atuendos tratados por él. El concepto *tribu urbana* fue 'instituido' en los años 80 (Maffesoli), aunque ya existiesen desde los años 50. Erika Palomino advierte sobre el uso 'preferencial' de "grupos urbanos" o mismo "subgrupos", en la actualidad, en vez de tribu, justificando su caducidad. Los grupos hoy, son representados por *skaters, surfers*, siniestros, góticos, *rappers, hiphoppers, skinheads*. (Cf. PALOMINO, Erika. *A moda*. Publifolha, São Paulo: 2002. pp. 44-45.)

¹¹⁹ La *customización* es término extendido por varias áreas del conocimiento, pero su significado estricto en el sector de bienes de consumo se aplica a todo y cualquier proceso de personalización por que pasa un objeto en la adecuación del gusto, o en función de las necesidades o preferencias del consumidor, de lo que resulta una transformación *parcial* de su apariencia. El *tunning*, por ejemplo, es una modalidad de customización de coches y motocicletas largamente empleada por los hombres, pero que en los últimos años se ha vuelto también una afición de las "mujeres". En un artículo sobre *consumo*, la revista "Isto é" revela un cambio radical en el comportamiento de las mujeres respecto a sus nuevas predilecciones. El coche, una antigua pasión masculina y restringida a este sexo, ha conquistado al público consumidor femenino que hoy se entretiene en tiendas de accesorios para coches y dividen sus demás tareas con las horas en los talleres mecánicos. El *tunning*, (definido en el texto como una "manía de modificar las características del coche para dejarlo 'envenenado'", es decir, con mucha potencia) prima, sobre todo, por la autenticidad de los modelos y sigue una lógica que es promover drásticas transformaciones en "la máquina" al punto de tornarla lo más diferente posible de su original 'de fábrica'. Entre algunas de estas intervenciones, el reportaje cita el revestimiento en peluche rojo de un maletero, reproductor DVD, altavoces y *Playstation* para disfrute de los niños. Así todo es susceptible de sustitución o de modificación, desde el aparato de sonido, pasando por los tapices, bujías tipo "turbo", volante, parachoques delantero, neumáticos, etc. El castellano ha adoptado el término 'tunear', para la práctica del *tunning*. (VILAS, Juliana. "Penélopes charmosas – mulheres aderem ao *tunning*, mania de incrementar carros". *Isto é*, nº 1851. São Paulo: 06-13 abril 2005. p. 67.). Título en castellano: Penélopes hermosas – mujeres adhieren al *tunning*, manía de incrementar coches".

¹²⁰ Disciplinas como Sociología, la Psicología, la Antropología y la Semiótica se dedicaron muy recientemente al estudio de la indumentaria y de la moda. Los principales subsidios para los investigadores llegaban de la literatura, pues ni el Arte, a través de las Bellas Artes, se ha prestado a este servicio. Sin embargo, en la presentación del libro *Historia del vestuario* del autor alemán Carl Köhler, la editora Emma von Sichart explica por qué la literatura no podía ser considerada una fuente fiable: "El artista generalmente usa un *motivo* de indumentaria que pertenece a un estilo anterior a su época, y lo hace o porque le gusta más o porque el ambiente en que vive no acompañó la evolución universal de la moda. Por lo tanto, el período al cual

estilos que identifican épocas, poblaciones, culturas, técnicas y expresiones vestimentares que empezaron a surgir en la Modernidad (fines del siglo XIX). Por otro lado, el carácter pluridisciplinar del tema nos llevó a buscar soporte teórico en las disciplinas implicadas con la elucidación de dicho fenómeno, como la Psicología, Sociología, Antropología e Historia. Sus distintas terminologías y la falta de consenso entre los autores, nos presentó cuestiones de orden paradigmático y epistemológico, como por ejemplo, el empleo de los vocablos *antimoda*, *tribus urbanas* o *outsider*, que poseen diferentes acepciones, sin embargo, son empleados como sinónimos para referirse a un mismo fenómeno indumentar. Para solucionar este problema terminológico, hicimos una selección previa de los conceptos que mejor traducirían la idea que intentábamos expresar, como ocurrió con los términos *indumentaria* y *moda* cuyas acepciones provienen de Barnard (2003). Problemática idéntica se ha verificado respecto al origen controvertido de esta última, cuyos marcos se dividen entre el medioevo y el siglo XIX, con el surgimiento de la alta costura y representan un importante papel en la categorización del fenómeno vestimentar analizado.

Tanto el origen de la moda como la demarcación de su frontera con la indumentaria, nos ofrecen elementos capitales sobre la naturaleza de la estética indumentar. Equivale a decir que las evidencias de que 'tal estética' se opone a la moda se encuentran en el fundamento y en la esencia de ambas, *indumentaria* y *moda*. No obstante el conocimiento de las características de esta última hubiese sido suficiente para trazar un esbozo más concreto de la estética en cuestión, otros conceptos empleados a lo largo de este texto como *no-moda*, *antimoda*, *tribus* y *grupos urbanos*, cumplieron esta misma función paradigmática.

Empecemos por citar a modelos y referencias, trazando un breve croquis del fenómeno en curso mostrando como el traje es tratado en los conceptos de *moda* e *indumentaria*¹²¹ (o *adorno*)

pertenece una obra de arte a veces tiene poca conexión con el traje enseñado en ella. Por ese motivo, ni siempre las obras de arte constituyen una fuente confiable de información". A ejemplo de lo que comentamos sobre nuestras dudas respecto a los registros de *todo tipo de vestimenta* hecho por la historia de la indumentaria, Emma también se muestra convencida de que en su intento de presentar una historia del desarrollo del vestuario, los fallos son inevitables, pues no hay nada definitivo: "Ese intento se basa en la convicción de que nada (excepto la indumentaria original, acaso ella sea asequible), puede ser considerado definitivo para la concepción que legítimamente podamos tener con relación a las ideas sobre el vestuario que prevalecieron en cualquier periodo. [...] cuanto más retrocedemos en el tiempo, tanto más difícil se vuelve conseguir modelos originales". (KÖHLER, Carl. *Historia del vestuario*. Martins Fontes, São Paulo: 1993. pp. 53-54.) (Traducción de Catarina Argolo.)

¹²¹ Es imprescindible la lectura introductoria y del primer capítulo del libro de Barnard para obtener mayores esclarecimientos sobre *moda* e *indumentaria*. Cf. en BARNARD, Malcolm: "Etimologías e definições de moda e indumentária", op. cit., pp. 23-27. Añadimos otra fuente fundamental, FLÜGUEL, J. C: "Tipo de vestes", en *A psicología das roupas*. Mestre Jou, São Paulo: 1966. p. 111-123 (Título en castellano: ALBERONI, Francesco [et alii]. *Psicología del vestir*. Lumen, Barcelona: 1976). En el capítulo indicado, junto con la clasificación de las vestes, Flügel trae la distinción entre traje fijo y moda. El primero, conforme explica el autor, cambia lentamente a lo largo del tiempo, pero varía en el espacio; el segundo, al revés, cambia rápidamente con el desarrollo del tiempo, pero varía poco en el espacio y tiende a difundirse por varios puntos del planeta. Todavía no hemos localizado entre sus ejemplos de trajes fijos, ningún que se acerque a nuestra estética

desde la perspectiva del teórico Malcolm Barnard. Según explica este autor, la primera de ellas es producto de tendencias o colecciones semestrales creadas en función del clima; la segunda no obedecerá a estas directrices, mostrándose más *autónoma* respecto a la anterior (Barnard, 2003), una cualidad que también define la 'estética vestimentar'. En esta breve noción, Barnard expone que el glosario particular de la moda le confiere un trazo diferencial en comparación a otros fenómenos del vestuario: caducidad, renovación, colecciones, tendencias y estacionalidad, son algunas de sus características más difundidas por las publicaciones especializadas. La *fugacidad*, tal vez la más diseminada de ellas y condicionada por las tendencias establecidas por un complejo sistema comercial que envuelve industria, manufactura, estilistas y una serie de profesionales afines, es explicada por sus orígenes, como atestigua el siguiente desarrollo histórico.

Albores de la moda.

Flügel señala como lugar y fecha de nacimiento de la moda, la corte de Borgoña, a finales de la Edad Media, siglo XV (albores del Renacimiento), en un periodo de franco desarrollo de las ciudades, que ya se organizaban divididas entre una sociedad civil - constituida por la alta burguesía y nobles comerciantes -, y otra cortesana, integrada por príncipes y nobles ocupados en mantenerse en el poder. Dos factores oriundos de ese ambiente, fueron decisivos para su florecimiento. Con el crecimiento de las ciudades hubo una mayor proximidad entre las personas, en el área urbana y un deseo de imitación por parte de la burguesía, clase social ascendente, descrito por H. Spencer¹²² como una postura de reverencia y anhelo de igualdad hacia la nobleza que era el más alto estamento social. Explica el origen de la moda a raíz del espíritu imitativo inherente al ser humano (identificado entre los burgueses), argumentando que "cuando las barreras entre una escala (social) y otra se vuelven insuperables, cuando en términos psicológicos, una clase comienza a aspirar [...] la posición de la que está por encima de ella, es natural que las señales y símbolos exteriores característicos de las escalas en cuestión se sientan amenazadas"¹²³. A partir de esta perspectiva, el

vestimentar. Aunque la práctica de la ornamentación (que es lo que 'personaliza' el vestido y supuestamente es el origen del traje, según comenta) hubiese precedido históricamente el pudor (sugerido por otros como uno de los probables motivos de la creación de los trajes), ella no fue distendida a lo largo del tiempo, en el atuendo. Siendo así, deducimos que la intervención en el indumento con fines a individualizarlo, es un procedimiento más actual. Suponemos asimismo, que Barnard ha tomado de Flügel el concepto de *antimoda*, citado en su libro (Ibíd.), una vez que el autor no hace una referencia explícita a la fuente de origen del término en cuestión. Flügel, por su vez, lo utiliza para diferenciar el *traje fijo*, o indumentaria, de la *moda*. (Cf. Flügel, Ibíd. p. 113 y CARLYLE, Thomas. *Sartor Resartus*. Londres, Curwen Press: 1931. p. 48, éste citado por E. Wilson, op. cit., p. 77))

¹²² Cf. en nota de pie n. 1, en FLÜGEL, J. C., op. cit., p. 127.

¹²³ Id., Ibíd.

marco original de nacimiento de la moda es el momento en que la nobleza, sintiéndose acorralada por los constantes plagios de la burguesía e impotente ante la ineficacia de las leyes suntuarias creadas para cohibir la copia y uso de trajes e insignias de los nobles, pasó a refutar todo tipo de vestimenta copiada por ella, buscando a cada imitación, la confección de un nuevo. Ahora bien, desde sus orígenes, la moda ya conllevaba un perfil estratificador.

Ese panorama se configura en un momento de transición del sistema feudal al capitalismo, marcando el inicio de los Tiempos Modernos, en el que se asiste a una expansión de los mercados (responsable por la ascensión de la burguesía mercantil) y al desarrollo científico y cultural. Con la Modernidad surge el Renacimiento que plantea con el antropocentrismo humanista una visión del hombre totalmente distinta al teocentrismo difundido en la Edad Media. La preocupación por el florecimiento de un nuevo *sujeto* inherente al Humanismo, substituye la atención prestada a la sociedad: nuevas perspectivas se abren hacia él, se estiman sus valores, derechos, su potencialidad intelectual y su participación como ser histórico. La *diferenciación* comienza a dar señales de su existencia; en las artes, el surgimiento de la figura del artista, ausente en la fase anterior, es una revelación de que el trabajo, el modo de pensar y las acciones del *individuo* pasan a gozar de relevancia en el medio socio-político-cultural. Poco a poco el *individualismo* fue recibiendo contornos más precisos, abriendo caminos hacia una 'forma de vida privada', autónoma, que ha posibilitado al hombre pensar por y sobre sí mismo, sobre su participación en el mundo y a construir su propia *identidad*.

La moda emerge de este contexto, donde ya se entrevé algunas de sus características que se han mantenido hasta la actualidad, como la fugacidad y consecuente renovación, fruto de una movilidad hacia los extremos de la pirámide social. Un buen ejemplo de su brevedad nos viene del poeta Giacomo Leopardi (Recanati, Italia, 1798 – Nápoles, id., 1837) en su clásico *Diallogo della moda e della morte*, escrito en 1824. El autor desviste la moda mostrando en su apariencia real, algunas de sus semejanzas con la muerte: la idea de la *continua transformación* de la que se nutre; su inclemente *poder de seducción*, subyugando a sus sectarios (con su propio aval), llevándolos a practicar toda suerte de sacrificios corporales, son trazos asignados por Leopardi que, de cierta forma, anticipa una postura crítica sobre el despotismo de la moda y la 'cuestionable' sujeción de sus consumidores:

Moda: Madame Muerte.

Moda: ¿No me conoces?

Moda: Yo soy la moda, tu hermana.

Muerte: ¿Mi hermana?

Moda: Sí. ¿No te acuerdas que las dos hemos nacido de la Caducidad?

Moda: [...] Digo que nuestro carácter y práctica comunes es renovar el mundo continuamente, pero tu desde el principio te lanzaste a las personas y a la sangre; yo me conformo generalmente con la barba, el cabello, los vestidos... y no me privo de realizar numerosos juegos comparables a los tuyos, como *verbigracia* perforar orejas, labios o narices y dañarlos con las naderías que cuelgo de sus orificios, abrasar las carnes de los hombres a los que obliga a practicarse tatuajes por motivos de belleza, deformar las cabezas de los niños con vendajes y otros ingenios [...] deformar a la gente con calzados demasiado estrechos, dejarlos sin respiración y hacer que los ojos se les salten por la estrechez de los corsés y cien cosas más de esta naturaleza; [...] yo persuado y obligo a todos los hombres gentiles a soportar cada día mil esfuerzos e incomodidades y a menudo dolores y sufrimientos, y a alguno a morir gloriosamente, por el amor que me profesa.¹²⁴

La paradoja, uno de los rasgos de la moda y razón de su supervivencia, se manifiesta y se nutre, a la vez, de la eterna dialéctica entre imitación y diferenciación. El origen de la imitación, anteriormente comentada por Spencer (cf. n. de pie n° 121), sería hoy también explicada por el deseo del individuo en verse identificado con una clase social económicamente superior. Mantenerse fiel a la moda significa detentar un estatus económico que posibilite la constante renovación del vestuario en cada temporada y la ostentación de ese estatus utilizando el propio cuerpo para exhibir los productos adquiridos y despertar, en el 'otro', el deseo de imitación. Esa 'parodia' es el elemento clave, el principio básico que rige la Moda y el testimonio de que la vida social se apoya fundamentalmente en una relación especular. Al mismo tiempo que reconoce en *el cuerpo* el medio más apropiado a su difusión. La moda es engañosa porque alimenta en cada uno la posibilidad de expresar su individualidad a través de la vestimenta, exhibiendo por medio de colecciones, una cantidad considerable de piezas cuyo estilo y colores son prefijados según las tendencias acordadas

¹²⁴ Moda: Madama Morte.

Moda: No me conosci?

Moda: Io sono la moda, tua sorella.

Morte: Mia sorella?

Moda: Sì. No ti ricordi que tutte e due siamo nate dalla Caducità?

Moda: [...] Dico che la nostra natura e usanza comune è di rinnovare continuamente il mondo, ma tu fino da principio ti gittasti alle persone e al sangue; io me contento per lo più delle barbe, dei capelli, degli abiti [...] e no manco di fare parecchi giuochi da paragonare ai tuoi, come *verbigrazia* sforacchiare quando orecchi, quando labra e nasi, e stracciarle colle bazzecole che io fo che essi v'improntino per bellezza; sfromare le teste dei bambini con fasciature e altri ingeni [...] storpiare la gente colle calzature snelle; chiuderle il fiato e fare che gli occhi le scoppino dalla strettura dei bistini; e cento altro cose di questo andare; [...] io persuado e constringo tutti gli uomini gentili a supportare ogni giorno mille fatiche e mille disagi, e spesso dolori e strazi, e qualcuno a morire gloriosamente, per l'amore che mi portano [LEOPARDI, Giacomo. *Dialogo della moda e della morte* en *Le Operette Morali*. Disponible en la web: <http://www.leopardi.it/operette_morali03.php> (Acceso en: 02.jul .2006)]. Traducción de Catarina Argolo.

entre sus profesionales: estilistas, productores de moda y empresarios del sector. No obstante, si nos fuéramos ceñir al significado de la Moda, observaríamos que en la actualidad pocos consumidores podrían adoptarla. En Brasil, datos recientes señalan que solamente uno por ciento de la población (de 188 millones de personas) puede acceder a ella. Fenómeno muy cercano a lo que ocurría en el pasado renacentista y al que aún hoy se asiste en otras partes del mundo, incluso en los grandes centros donde ella es periódicamente creada y difundida. Seguir la moda significa, por lo tanto, pertenecer a un clan económico muy restringido.

La asociación de la moda a una clase social elevada ha sido para muchos y por largo tiempo, un binomio inseparable desde su surgimiento, sin embargo, en la actualidad esta situación ha cambiado después de que la 'moda elitista y exclusivista' transformó sus productos en *prêt-à-porter* y, en consecuencia, abandonó su inmovilidad original para transitar por las diversas capas de la sociedad.

No obstante, fue con esa idea inicial de asociación de la moda con clases sociales más acomodadas, que algunos pintores se dedicaron al tema, procurando vincularlo siempre al universo femenino. Podemos verificarlo en una serie de obras de August Macke (1887-1914), de Gutiérrez Solana (1886-1945), y en otras tantas en que los artistas han inadvertidamente documentado la cosmética en flagrantes de escenas de calle o de personas en plena actividad laboral (cf. Figura 29). Giovanni Boldini (1845-1931), en *Cruzando la calle*, 1875 (v. Figura 28), pone en el centro de la composición una joven supuestamente de clase social superior, por la riqueza de su vestido 'línea de princesa', nombre dado en homenaje a la princesa de Gales, Alejandra, moda en el año 1880. Boldini, muestra su virtuosismo usando un método particular de componer retratos, buscando el registro del movimiento, ya sea por medio de brochazos vigorosos o de la estructura compositiva en "S", a través del realce de las líneas del cuerpo de sus retratados, valiéndose de giros y contorsiones que son facilitados, muchas veces, por el patrón de la indumentaria que portan. En *Tarde de domingo en la isla de Grande Jatte* (1884-86), Georges Seurat (1859-1891) nos enseña la moda del polisón (v. Figura 28), de fines de los 60, que consistía en la añadidura de un bulto en la parte trasera de la falda, como bien ilustra la figura en primer plano. El vestido se componía de dos piezas, un corpiño y la falda; el peinado fue sustituido por pequeños sombreros de ala corta y complementa este conjunto indumentar con la inclusión de un parasol.

Expresionistas como Ernst Kirchner (1880-1938), se han detenido en escenas de calle, mostrándonos la efervescencia de la vida moderna, con tonos muy cálidos y líneas sinuosas en el

trazado compositivo y en las siluetas de las personas que compiten por el mismo espacio (v. Figura 28, la obra *Calle*, de 1908). Allí Kirchner nos informa sobre como las mujeres solían vestirse a principios del siglo. En *Cinco mujeres en la calle*, 1913, (cf. Figura 28), él repite el tratamiento dispensado a la obra anterior y a las demás - *La calle*, de 1913 y *Dos mujeres en la calle*, de 1914 (v. Figura 28) -, en que el espacio callejero es un plató de exhibición de la moda de la alta sociedad, con todos los atributos pertinentes a esta clase: Kirchner muestra mujeres muy bien ataviadas en largos vestidos negros, maquilladas, luciendo sombreros, pieles y guantes. El cromatismo de la escena, en el que predomina la frialdad del verde y sobriedad del negro, símbolo de distinción, traducen el alejamiento de los personajes, cuyas miradas no coinciden. Si por un lado la forma de vestir denota una 'afinidad', por otro, los rostros volcados a direcciones opuestas pone énfasis sobre la falta de contacto entre ellas, como un comportamiento 'típico' de esta clase. Edward Munch (1863-1944) revela el mismo espíritu documental, en *Tarde en la calle Karl Johan*, de 1892 (v. Figura 28) así como August Macke, en una serie de obras alusivas a esta temática y algunas dedicadas a la moda, como *Tienda de modas*, *Calle comercial con soportales*, ambas de 1913 (v. Figura 29) y *Mujer delante de una sombrerería*, de 1914. En estas tres, se reitera en los tonos (excepto en la última, donde predomina una paleta grisácea), en el acento diagonal de las líneas compositivas estructurales, en la actitud y disposición de la figura principal delante de un escaparate, afianzando, con eso, la idea de que los universos *fashion* y femenino son inseparables. August Macke nos obsequia, además, en sus escenas de calle, con la adecuación de las distintas formas de vestir para las varias ocasiones que plantea: en el mercado (*Bullicio de mercado*, 1914), en un parque, en día de luz filtrada (*Figuras en el parque*, 1913 y *Mujer leyendo en un jardín*), en el centro urbano (*Escena callejera de París*, 1907, *Muchacha en la ciudad* y *Vista urbana*, ambos de 1914), y siempre con una paleta muy colorida y luminosa, característica de su producción. Max Beckmann (1884-1950) y Otto Dix (1891-1969) nos enseñan tipos de vestimentas de la década de 20, al documentar los atuendos de personajes destacados en su medio, como los de la bailarina Anita Berber y de la periodista Sylvie von Harden, situaciones en la playa, en burdeles, en los bailes y en el carnaval (v. ambas en Figura 29).

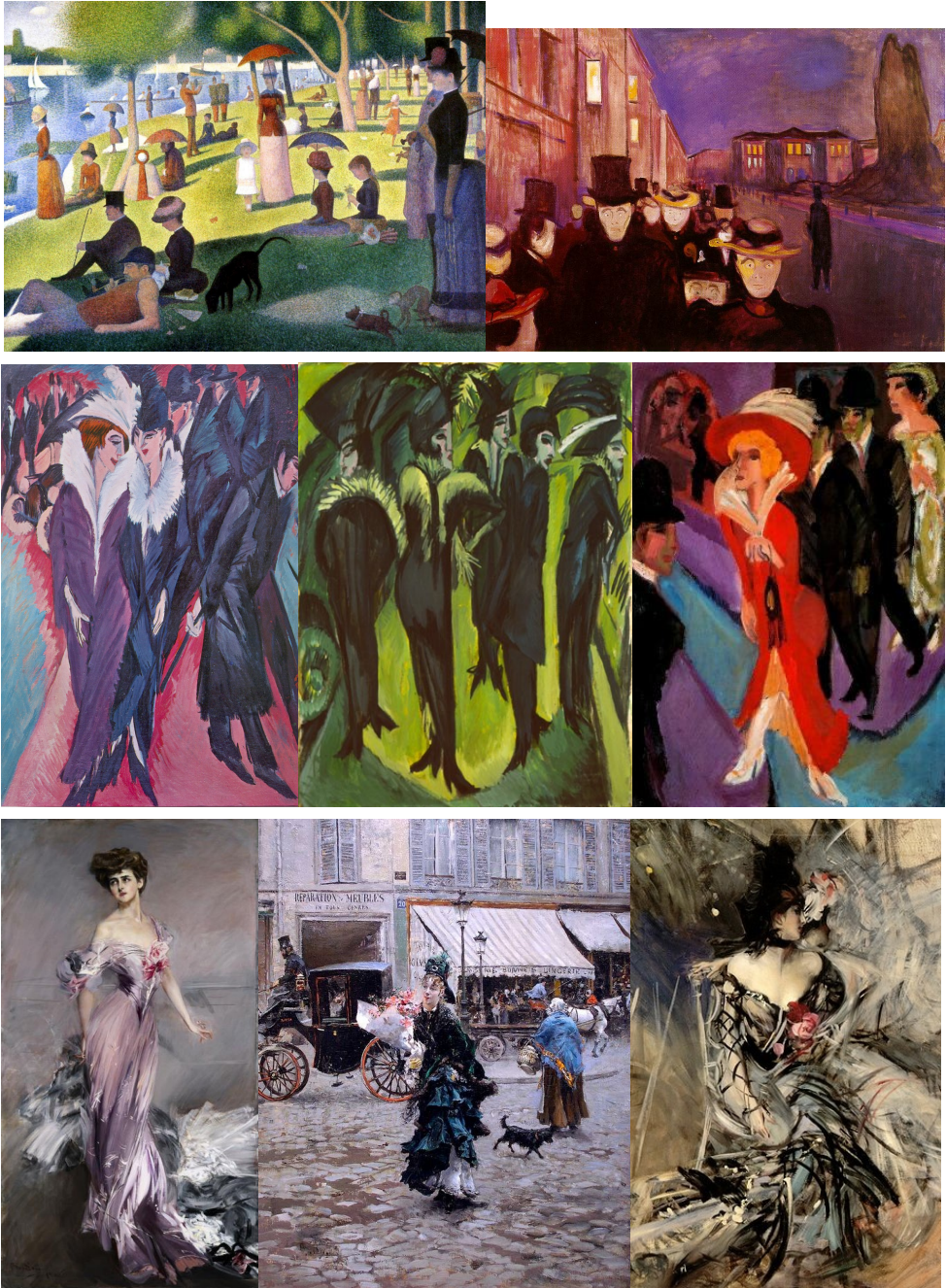


Figura 28. Seurat, *Tarde de domingo en la isla de Grande Jatte* (1884-86); Edward Munch, *Tarde en la calle Karl Johan*, 1892; Ernst Kirchner, *La calle* y *Cinco mujeres en la calle*, ambos de 1913 y *Calle con buscona de rojo* o *Escena callejera berlinese*, de (1914-25); Giovanni Boldini, *Retrato de la señora Howard Johnston* (1906), *Cruzando la calle* (1875) y *La española del Moulin Rouge* (1899).

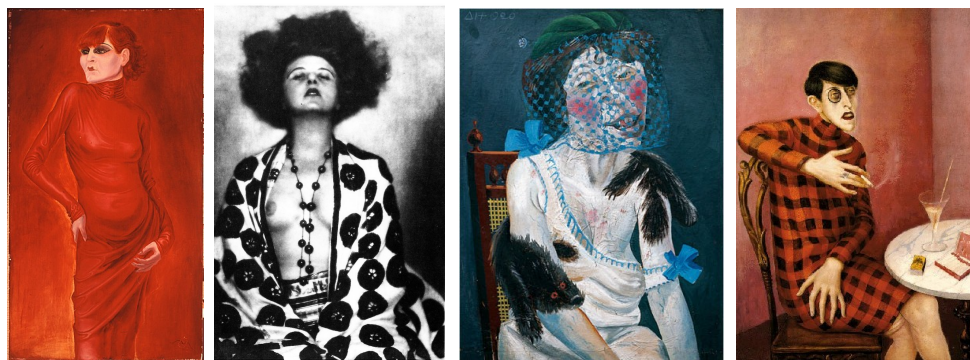
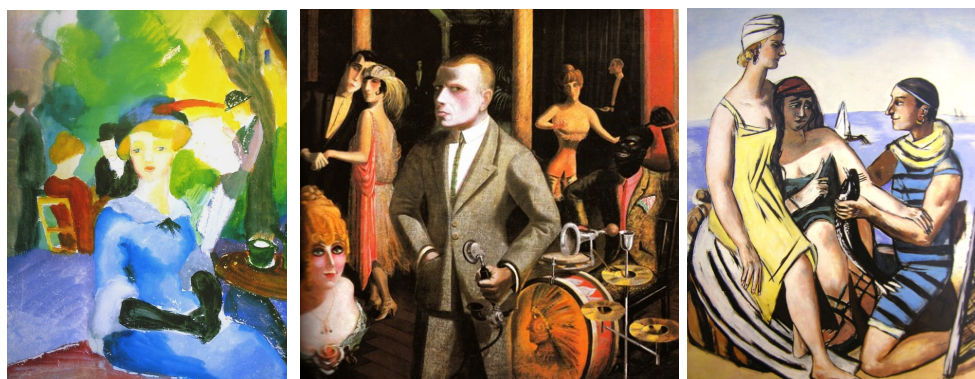


Figura 29. August : Calle comercial con soportales, Tienda de modas, ambas de 1913; José Gutiérrez Solana, La vitrina (1910); Macke, Figuras en el parque (1913); Otto Dix, A la belleza (1922); Max Beckmann, El pececillo (o Bañistas) (1933); Otto Dix, Anita Berber (1922); Foto de la bailarina Anita Berber (s/a, s/f); Otto Dix, Señora con visón y velo (1920) y Retrato de la periodista Sylvia von Harden (1926).

Otra versión para el origen de la moda, su conexión con el arte y la estética indumentar.

Bautizada a partir del siglo XIX de *alta costura*¹²⁵, la moda ya empezaba a manifestar estrechas relaciones con el *arte* a partir del surgimiento del *modisto*¹²⁶, que en los años 60 se tornó conocido como *estilista* y tal como el artista, pasaría a confeccionar y firmar sus 'creaciones' para una selecta clientela de aristócratas.

Charles Frederick Worth, el gran precursor de la alta moda, se estableció muy pronto como creador autónomo, conquistando prestigio y liderazgo incluso entre otros profesionales del mundo *fashion*, estimulándoles,¹²⁷ aunque indirectamente, a que reivindicara la autoría de sus propias creaciones. Icono de la moda, Worth fue una importante referencia para generaciones posteriores de diseñadores y aficionados que vendrían a producir sus propios trajes con exclusividad (y de modo independiente) y a buscar a través de ellos una expresión auténtica, sin cualquier compromiso profesional como estilistas.

Desde Worth los vestidos han ganado un tratamiento estético distinto, en el que belleza y lujo cambiado ya no son más los mismos. Los diseños exclusivos junto con el método artesanal adoptado por él en sus creaciones le ha posibilitado conferir al indumento, hasta entonces una pieza considerada únicamente funcional, el estatus de 'obra de arte', con identidad propia. La nueva fisonomía del traje femenino francés concebido por Worth, contradecía, así, el momento histórico en

¹²⁵ E. Wilson advierte que un estudio serio sobre moda ha sido tradicionalmente desarrollado por la Historia del Arte que tendía a preservar una distinción elitista entre "arte serio" y "arte popular". A partir de ese punto de vista, la moda ha pasado a ser esencialmente la alta costura. El ocaso de lo que denominaban 'moda verdadera' presentó como causas la desintegración de esa tradición, la decadencia del diseñador de modas como artista, el dominio de la industria del vestuario producido en serie. (En WILSON, E., op. cit., pp. 68-69). En un artículo sobre alta costura, la periodista Flávia Varella destaca como principales características, sofisticación, profusión de detalles y la belleza de sus trajes, que muchas veces impiden su comprensión delante de la "fantasía desatinada de las piezas, que raya la pura y simple provocación". La autora crea una aproximación estética entre alta costura y Arte, a través de calificativos que son habitualmente aplicados a esta última, como 'belleza, fantasía y provocación'. (VARELLA, Flávia: "Vitrine global. A criatividade e o impacto da alta-costura servem para chamar atenção do mundo e legitimar os preços do mercado de luxo", en *Veja*, Edição especial, mayo de 2005. Disponible en la web: <http://veja.abril.com.br/especiais/estilo_2005/p_040.html> [Acceso en: 02 jul 2007] (Título en castellano traducido por Catarina Argolo: "La creatividad y el impacto de la alta costura sirven para llamar la atención del mundo y legitimar precios del mercado de lujo".).

¹²⁶ A pesar del relieve concedido a Worth en las bibliografías especializadas, la historia menciona otros dos nombres que le antecieron: *D. Langlée*, modisto en la corte de Luis XIV, citado en correspondencias de Madame de Sévigné y *Rose Bertin*, diseñadora de los vestidos de María Antonieta y creadora de figurines que eran enviados en las cortes europeas para anunciar los últimos modelos de la moda. (WILSON, E., op. cit. pp. 47-48.)

¹²⁷ Paul Poiret (1908-1914) se ha preocupado en renovar la moda desde un punto de vista *estético* creando sombreros, que representaron la más pura expresión de diseños de fantasía, verdaderas piezas escultóricas distintas en forma, materiales y decorados. Jean Patou (1880-1936) en los tres primeros decenios y Elsa Schiaparelli (1890-1973), en los años 20 y 30, asimismo se inspiraron en el Arte y llegaron, a trabajar conjuntamente con artistas. 'Schiap', como era conocida, elaboró algunas piezas con Salvador Dali: un sombrero-zapato, un bolso en forma de teléfono, un *tailleur* con varios bolsillos con forma de cajones y un vestido decorado con una gran langosta. A ella le atribuyen, además, la creación del color rosa *shocking*. Jean Patou se aventuró sobre las telas, creando vestidos hechos con bordados de inspiración folclórica y patrones de estampación de motivo modernista, apostando por los geométricos.

el que ha florecido, señalado por profundas transformaciones en el sistema de producción de los *bienes de consumo*, e iniciadas en el siglo anterior con el surgimiento de la Revolución Industrial. Una de estas transformaciones fue el cambio del proceso de manufactura por una fabricación masiva de bienes de consumo, no obstante, sectores como el de la alta costura mantuvieron la solidez desde su comienzo hasta la actualidad, así como los profesionales implicados con la manufactura tuvieron asegurada su producción. Desde entonces la artesanía ha caminado paralelamente a la industria, asumiendo una posición más retraída en términos de mercado, pero no menos visible y valorada por sus consumidores.

Estos datos nos dan la dimensión de la importancia de la historiografía como herramienta metodológica y vía de acceso fundamental a las obras de arte que son, a su vez, las fuentes legitimadoras del interés de los artistas por el estudio del atuendo y la prueba de que hay un ajeño eslabón uniendo *arte e indumentaria*. Además, las cuestiones presentadas relativas a la alta costura, Revolución Industrial, producción industrial y manufactura, ilustran la conexión y origen común entre ellas, vestido, moda, expresión estética e identidad subjetiva.

En un análisis preliminar, el carácter documental del oficio artístico consta de un manantial de obras producidas en las varias etapas de la historia de la indumentaria, sin embargo, es en el Renacimiento¹²⁸, particularmente en el género del *retrato* y, *a posteriori*, con el Academismo¹²⁹ (o Neoclasicismo, 1780-1830) que vamos observar la expansión de esa práctica en el registro preciosista de los atuendos, joyas y atributos de los retratados, representados en dibujos, grabados y, sobre todo, en las *pinturas*. Entre estos procedimientos, la pintura *al óleo* fue lo más explorado en función de su carácter reconociblemente descriptivo, corroborado por las ventajas de su versatilidad en cuanto recurso técnico, como señala Berger¹³⁰ en las siguientes observaciones:

¹²⁸ Citamos aquí los nombres de algunos 'virtuosos' que van desde Fra Angelico, Hans Holbein, el joven, [*Retrato de Enrique VIII de Inglaterra*, c. 1534-36 (cf. joyas)], Van Eyck (*La Virgen del canciller Rolin*, 1435), Peter P. Rubens (*Rubens e Isabella Brant bajo la madre selva*, hacia 1609, pintor barroco), el retratista y paisajista Thomas Gainsborough (*El señor y la señora Andrews*, 1748, transición hacia el romanticismo), pasando por el rococó François Boucher (*La toilette*, 1742; *Madame de Pompadour*, 1759), William Bouguereau (pintor neoclásico, academicista), Winterhalten (*Madame Rimsky-Korsakov*, 1864), Jean-Auguste-Dominique Ingres (*Madame Moitessier*, 1856), James Tissot (*La recepción*, 1878), hasta John Sargent (*Lady Agnew de Lochnaw*, 1892; *El retrato de Pauline Astor*, 1898-99).

¹²⁹ Así como el rococó ha representado los intereses, costumbres e ideología de una clase burguesa en decadencia, el neoclasicismo surgiría ulteriormente como su representante de una burguesía 'manufacturera y mercantilista'. Los términos Neoclasicismo y Academicismo explican la razón de la atracción de los artistas por un figurativismo de inspiración greco-romana: *el primero* revela el propósito en recuperar (como lo hizo el Renacimiento) las artes y los cánones de la Antigüedad clásica y *el segundo*, su adopción por las academias de arte, como método y proceso didáctico apoyados en la misma finalidad.

¹³⁰ Cf. BERGER, John. *Modos de ver*. Edições 70, Lisboa: 1987. (Subrayados nuestros.)

“ [...] la pintura al óleo se distingue de las demás formas de pintura por su inusual capacidad de proporcionar la *tangibilidad*, la textura, el brillo, la solidez de aquello que *describe*. [...] su potencial de ilusionismo es más grande que el de la escultura, pues puede sugerir objetos que poseen color, textura, temperatura” (1987: 92-93); [...] muy frecuentemente, la pintura al óleo *describe cosas*” (Ibid.: 87); “las cualidades especiales de la pintura al óleo se prestaban a un sistema especial de convenciones para *representar lo visible*” (Id.: 113).

Al citar la fotografía, técnica tradicionalmente destinada a la documentación visual de datos de cualquier naturaleza, Berger la proclama sucedánea de la pintura, ratificando el talante representativo de esta última: “la *fotografía* asumió el lugar de la pintura al óleo como *fuentes* principal del *imaginario visual*” (Id.: 88).

La pintura reveló innegablemente el virtuosismo de los grandes talentos en la descripción de pormenores de ornamentos¹³¹, de la cualidad táctil de las telas y de sus patrones de estampación, en la representación de pliegues, bultos y del movimiento. El compromiso de aquellos artistas con el *registro documental* de la apariencia de los modelos (no precisamente con la *historiografía de la moda* o de la *indumentaria*) fue tajante, aunque para muchos esta *praxis* significó un 'desafío personal' aliado a una gran demanda de retratos, confirmados por el expresivo número de producciones en un periodo demarcado por la ascensión de la burguesía (albores del Renacimiento) hasta el Neoclásico. La historiografía ha legado un conocimiento sobre moda e indumentaria que es referencia indispensable a un análisis más detallado sobre la iconografía vestimentar, gracias a la contribución de estos artistas sobre los modos de vestir de nobles y plebeyos.

La producción de retratos adentró la modernidad avanzando hacia la contemporaneidad, incluso después del surgimiento de la fotografía y de su reconocimiento como modalidad artística (v. Figura 30). Giovanni Boldini, James Ensor (1860-1949), Ignacio Zuloaga (1870-1945), Maurice de Vlaminck (1876-1958), Pablo Picasso (1881-1973), Duncan Grant (1885-1978), José Gutiérrez Solana (Figura 31a), en la pintura y más recientemente, Ouka Leele (1957-), en la fotografía, son algunos nombres de una amplia lista de creadores que con extrema habilidad han tratado el tema, fijándose en pormenores de la indumentaria, peinados y demás atributos que identifican a sus

¹³¹ El ejemplo de este virtuosismo viene de una evaluación de Berger sobre la obra de Hans Holbein, “Los embajadores” (1533), donde resalta el valor documental de la pintura a través de elementos reproducidos por el pintor, que evocan aspectos táctiles: “Cada centímetro de la superficie de esta pintura apela al sentido del tacto. Los ojos se mueven de la piel hacia la *seda*, del metal hacia el *terciopelo*. [...] Los dos hombres asumen una cierta presencia, pero son las *materias*, los *materiales* de que los hombres están rodeados y su *vestuario*, que dominan la pintura”. Y en seguida añade: “A la excepción de las caras y de las manos, no existe superficie en este cuadro que no nos lleve a tomar conciencia de cómo él fue *minuciosamente trabajado* – por tejedores, bordadores, tapiceros, orfebres, curtidores, mosaicistas, peleteros, sastres, joyeros – y de cómo esa elaboración y la *riqueza de cada superficie* de ahí resultante, fue por fin trabajada, y *reproducida* por el pintor Holbein”. (Op. cit, p. 94, adaptado.) [Subrayados nuestros.]

retratados. El antropólogo y fotógrafo francés Pierre Verger (1902-1996), retrató con peculiaridad los tipos humanos de los cinco continentes que ha visitado, buscando destacar de su apariencia y con el máximo naturalismo, su honradez (v. Figura 31a). Diferentemente de Verger, la fotógrafa Ouka Leele casi siempre valiéndose de colores saturados, en algunas ocasiones hace intervenciones en las imágenes sustituyendo los 'pelos' de sus fotografiados por objetos, frutos o animales, para lograr un efecto grotesco (v. Figura 31b).

Más que un virtuosismo y un ascetismo estético propalados por la historiografía del arte, el trabajo de estos pintores y fotógrafos revela un *ideal de percepción* profunda y acrisolada, instrumentada para captar de los datos, hechos y peculiaridades de la vida mundana, su valor más *sensible* y expresividad latente, ocultos por su *presenteísmo cotidiano*.

Es precisamente este grado de sensibilidad menos desarrollado en una parcela significativa de los individuos, el responsable por la limitación de su repertorio sensorial y de su conocimiento respecto a los hechos, situaciones y pormenores más sutiles de la vida cotidiana. No obstante, estas limitaciones pueden ser subsanadas cuando se viven experiencias estéticas permanentemente, en lo cotidiano. Su epifanía en el contexto rutinario es un factor primordial en el desarrollo de la observación, del potencial de aprehensión de la complejidad de informaciones que transcurren en esta rutina y en la elaboración de un juicio respecto a estas vivencias. Uno de los fines que se puede y se pretende alcanzar de este juicio en lo que concierne a los fenómenos indumentares, es posibilitar que el individuo sea capaz de discernir lo que es un traje convencional y lo que es 'expresión', o 'identidad vestimentar'. En este proceso, es indiscutible la relevancia del papel de los artistas para el desarrollo y sincronía entre percepción, contemplación y estética cotidiana.

La secuencia de retratos que la historiografía del arte nos ha dispuesto, muestra el peso que ha tenido el traje en la construcción de la identidad personal como una importante fuente de documentación antropológica para todo aquel que investiga sobre la vinculación entre identidad y cosmética. En el último apartado de este capítulo ilustramos este eslabón destacando dentro del universo cosmético, la indumentaria, analizando su empleo en la construcción de distintas expresiones vestimentares.

Recordamos que fue a fines de la Edad Media, con la toma de conciencia de la *identidad subjetiva* y el deseo por la afirmación de la propia personalidad en las clases superiores, que se localizó el germen de la *moda* (Lipovetsky), porque de ahí en adelante, ésta sólo surgiría como el

fenómeno que conocemos hoy, posteriormente, con Worth. El medioevo ha aportado a la moda y a esta investigación, en especial, la 'celebración cultural de la *identidad*' expresada en los atuendos y adornos, que son auténticos signos de diferenciación. El punto capital entre estos dos momentos históricos, es decir, de la génesis de la *moda* y de su efectiva consolidación, es justamente la ausencia de elementos que serían usados para identificarla como *la* entendemos actualmente, una "manera de huir, de aturdirse contra los infortunios y la angustias del tiempo" (Lipovetsky, 1997: 62) y que son asimismo características de la modernidad tardía, sin ninguna correspondencia con el periodo medieval. Por otro lado, quien otorga a la *moda* la categoría de *arte* creando la ilusión de una *identidad* indumentar, lo hace respaldado en una serie de factores: 1) por considerarla un fenómeno cultural y como tal ejerce funciones estéticas y sociales; 2) por ser ambos, arte y moda, reflejo de su tiempo y de su sociedad; 3) porque se valen de los mismos elementos de composición visual: formas, líneas, colores, volúmenes y texturas; 4) por ambas poseer en común el elemento 'estilo'¹³² que, eventualmente, puede ser reinterpretado; 5) por ser la moda una de las formas de expresión de la creatividad del individuo; 6) o aún, al ser estudiada como un código de comunicación expresado por un cuerpo individual, la moda pasa a ser explicada como un lenguaje subjetivo, a semejanza del *body art*, en el dominio del arte.

¹³² En la moda el estilo es cambiado periódicamente por imposición de la industria del vestuario. Desde el punto de vista histórico, estos cambios también reflejan el espíritu de una época, traduciendo visualmente las transformaciones sufridas por las sociedades. Si bien considerada efímera, ella preserva estilos duraderos que conviven 'pacíficamente' con sus cambios periódicos.



Figura 30. Duncan Grant: *Retrato de Lydia Popova* (1923) inspirado en la obra de Ingres, *Mademoiselle Riviere*, de 1805, y Virginia Woolf (1911); Ensor, *Autorretrato con sombrero florido* (1883); Picasso: *Retrato de Olga Khokhlova en un sillón* (1918); *Retrato de Benedetta Canals* (1905); *Olga en una mantilla* (1917); *Mujer con mantilla (La salchichona)*, 1917; Juan Caldera, *Esperando al galán* (1946) y *Mantilla*, 1918; Ignacio Zuloaga, *Toreros de pueblo* (1906) y *Las tres Manolas* (1909); Pierre Verger, *Granada* (1935).



Figura 31a. En la secuencia: José Gutiérrez Solana, *El lechuga y su cuadrilla* (¿?), 1915-17; (Fotos de Pierre Verger: *Doña Maria Bibiana do Espírito Santo*, *madre señora del Axé Opô Afonjá**, *s/f* y *Camaval*, *gremio de la embajada mexicana*, 1951. (*Terreiro de candomblé más antiguo de Salvador, Brasil.).



Figura 31b. Ouka Leele: *Hombre con ventiladores*, *Limonas*, *Máquina de afeitar*, *Tortugas*, todas de 1979 y *Revive Cibeles* (performance), 2006.



La influencia de la Revolución Industrial en el impulso de la producción indumentar artesanal.

Movimientos artísticos paralelos a la Revolución Industrial como al *Arts & Crafts* (1860), encabezado por los ingleses John Ruskin (1819-1900) y William Morris (1834-96), comenzaban a surgir en defensa por la preservación del (trabajo) artesano y en contra de producción a gran escala, buscando un arreglo entre *arte* y *artesanía* con el intento de salvaguardar sus profesionales, su productos y rivalizar con la industria. Lo que vendría a ser posteriormente designado *diseño industrial* (difundido por la Bauhaus, 1919) fue a consecuencia de ese enfrentamiento, 'paradójicamente' adelantado por el propio Morris, que durante su trayectoria artística siempre estuvo conectado al universo vestimentar como diseñador de patrones *textiles*.

Si por un lado hubo una fuerte reacción inicial al cambio del sistema de producción introducido por la industria, por otro empezaron a surgir vínculos entre ella y el arte que pronto se fortalecieron, originando 'comunidades productivas' como los Talleres Vieneses (*Wiener Werksätten*), en 1903, y los estilos artísticos Art Nouveau (1900-20) y Art Déco (1925). Bajo la batuta de su director, Joseff Wimmer-Wisgrill (1870-1956), se ha instaurado en los Talleres una sección de moda destinada a elaborar *vestidos artísticos* que tuvo Klimt como uno de sus integrantes y colaborador del destacado "salón de modas vienés" de las hermanas Flöge.

El Art Nouveau, tal cual los Talleres Vieneses y el Art Déco, representó el *universo de la apariencia* en lo que concierne a la manufactura de piezas usadas en la composición del vestuario: peines, joyas, trajes y telas, han salido de sus factorías, eternizados por manos habilidosas de artesanos y artistas del porte de Erté (1892-1990).

El Arte de principios del siglo XX fue marcado por la fusión de las expresiones artísticas – la danza, música, teatro y artes plásticas – en la reforma de la escena vanguardista. En los análisis del fotógrafo Cecil Beaton, la producción de *figurines* para los espectáculos del Teatro de Vanguardias¹³³ impulsada por los Ballets Rusos de Diaghilev (1909-1929) y que ocurrió en este periodo, ejerció gran influencia sobre el modo de vestir europeo, ocasionando un efecto semejante en la pintura tradicional. Comentaba él que era "casi imposible explicar el impacto que tuvo ese grupo teatral sobre la moda en Europa"¹³⁴.

¹³³ Sobre la colaboración del Teatro, ya la hemos debatido exhaustivamente en el Trabajo de Investigación, donde el principal propósito era legitimar el vestido como obra de arte en movimiento.

¹³⁴ CHAHINE, Natalie et alii: "As décadas", en FAUX, Dorothy S. [et alii]. *Beleza do século*. São Paulo, Cosac & Naify: 2000, p. 80.

Asimismo en este inicio de siglo, la ruptura con el modelo artístico establecido marcaba una nueva fase caracterizada por la investigación y la adopción del experimentalismo como herramienta metodológica de los proyectos artísticos, dando impulso al uso de nuevas técnicas y soportes. No obstante, ni esta ruptura ni la inmersión en un universo empírico fueron radicales. Los pintores, por ejemplo, no se alejaron drásticamente de las superficies planimétricas, sino pasaron a incorporar técnicas adecuadas a los materiales introducidos para la confección de los figurines para el teatro. La pintura convencional mantuvo su estatus resguardado y una pintura inaugural fue instaurada con la sustitución de los pinceles por figuras humanas 'vestidas de color', como que salidas de un lienzo para conquistar el *espacio cuatridimensional* de los platós de la escena, tal cual pinturas vivas, orgánicas.

Si trasposiéramos a la vida real el imaginario cosmético construido por el centenar de artistas que se dedicaron a la representación de la figura humana y a la elaboración de figurines y buscáramos, a la vez, un paralelismo entre esa producción y la estética indumentar, aseguraríamos que sus 'personajes' y modelos podrían ser encontrados en un club nocturno, en un centro comercial, o en cualquier punto de la ciudad, en la playa, por los jardines, incluso en nuestra propia calle, como si hubiesen salido de lienzos de Solana, Matisse, Otto Dix, Ensor, Macke o Picasso. En este sentido, la pintura costumbrista ha legado a las historiografías del arte y de la indumentaria, un valioso manantial de registros de las distintas formas de vestir en los varios contextos de la vida cotidiana.

Durante más de un siglo estos encuentros entre indumentaria (y la moda) y arte han sido recurrentes, sin embargo, en los dos últimos decenios, estos roces han sido cada vez más frecuentes, sea por el empleo del vestido como fuente y soporte de creación y todo lo relacionado a él (como el universo textil) o adopción de temas relacionados al *cuervo*, sea por medio de citas de los diseñadores de moda, al Arte.

En algunas proposiciones estéticas, es patente la influencia de la *moda* sobre el *arte*. En un artículo de la revista *Lápiz*¹³⁵, esta relación se encuentra en la obra de las artistas Sylvie Fleury (v. Figura 32, *Botas Mondrian*, 1995), Vanessa Beecroft (v. Figura 32: *VB 50*, 2002 y *Madona blanca con gemelos*, 2006) y Alicia Fremis. La primera, por medio de instalaciones, parodia el lujo de los trajes de estilistas del porte del alemán Karl Lagerfeld, al paso que la segunda, parte del mismo principio creativo, mostrando en sus *performances*, una pasarela de mujeres semidesnudas,

¹³⁵ HERRÁNZ, Marisa: "La pasarela es un espectáculo estético". *Lápiz. Revista Internacional de Arte*. Madrid. Año XXII. n° 197. nov. 2003. p. 57.

portando solamente pelucas, biquinis de Gucci y botas de Helmut Lang. Y la última, trabajando también *en la misma categoría*, discurre sobre la violencia contra la mujer – sobre todo, la que es víctima de la violación -, creando diseños para trajes confeccionados con *twaron*, un tejido ignífugo, usados en la colección de los estilistas David Delfin y Hussein Chalayan¹³⁶ (cf. Figura 33, las obras *Afterwords*, 2000 y *Echoform*, 1999). En la obra de *Cindy Sherman*, todos aquellos elementos, el vestido, el textil y el cuerpo, están presentes, siendo que el traje, en particular, es usado como una remisión al universo femenino para articular cuestiones acerca de la *corporeidad*, (*auto*-)imagen e *ipseidad*, en obras del año 1989, ambas sin título (#193 y #216). No obstante, es considerable la lista de artistas comprometidos, cada uno, con un 'término de este trinomio', para empezar por Anselm Kieffer¹³⁷ que como los siguientes, ha elegido *el vestido* en sus instalaciones (*Mujeres de la revolución*, 1992; *Mujeres de la antigüedad*, 2000-04); Claes Oldenburg, *Mostrador de lingerie*, 1962; Jana Sterbak, las obras *Vanitas: vestido de carne para una albina anoréxica*, 1987 y *Mando o Control remoto II*, 1989; Javier Pérez, *Barroco*, 1997, vestido elaborado con intestino de bovinos sobre estructura de metacrilato, cuya forma remite al traje de la infanta Margarita del pintor Velázquez; Nazareth Pacheco (Brasil), si bien no establece conceptualmente ninguna identificación con la contracultura, se puede encontrar en los subterráneos de su poética visual, una cierta afinidad por los trajes y materiales adoptados de esa 'estética' en su elaboración. La artista construye joyas, accesorios y vestidos hechos de agujas, alfileres, imperdibles, cristales, cadenas, hojas de afeitar y de bisturí. La evocación subliminal de “los mecanismos de coerción social y estética que se producen sobre él” aunada a la reacción sinestésica (por los efectos que dichos materiales producen sobre el cuerpo del espectador), nos hace reflexionar sobre placer y dolor y nos permite, posiblemente, hacer otras asociaciones vividas o no, por el propio cuerpo.

Si de un lado los artistas ven en el mundo de la indumentaria un terreno inspirador, de otro están los estilistas que miran con igual codicia al arte, en la búsqueda por iluminación en la factura de sus trajes. Los límites entre ambos universos se han vuelto cada vez más ínfimos, en los (casi) dos últimos decenios, hasta el punto de, en ciertas ocasiones, cuestionarnos si estamos delante de

¹³⁶ El estilista se ha enganchado, además, a proyectos artísticos como se puede verificar en su página web: <<http://www.husseinchalayan.com/artprojects.php>> [Acceso en: 01 mayo 2008]. Hussein usa la pasarela como 'espacio mediático' para insurgirse contra el orden social, tal se verifica en el texto que habla de su relación con el arte: "Influenciado por el medio social, económico y político actuales, (Chalayan) conceptualiza y dirige sus propios trabajos de video. Los espacios y figurines de teatro diseñados con el uso de técnicas del teatro experimental, son combinados con herramientas de la cinematografía. Él también trata de condiciones que son universalmente compartidas por los individuos, en la actualidad, como el sentido de desplazamiento y el ajuste de códigos predeterminados".

¹³⁷ En 28 mar 2007, el Museo Guggenheim Bilbao ha mostrado la obra del artista, que se ocupa de temas como 'la memoria histórica y las vivencias humanas', según subraya el comisario Germano Celant.

un producto de la *moda* (en especial, de la *alta costura*) o de una auténtica *obra de arte*. En el área de *estilismo de moda*, esta ambigüedad se explica por el perfil estético de las vestimentas, identificable en el uso de términos propios del léxico artístico para definir su producción, tales como *creatividad*, *empirismo* (en la incorporación de técnicas y materiales ajenos al mundo textil), *investigación* (*temática, conceptual, de técnicas, métodos y materiales*), *reciclaje* y 'desconstrucción'. Es un hecho que "jamás estuvo tan de moda solicitar la moda en el arte" y viceversa. La prueba de eso está en otra lista significativa, dedicada a diseñadores de moda que han abrigado el mundo de las pasarelas citando al arte a través de estilos, de obras de pintores, o trabajando directamente con artistas, como hizo *Yves Saint-Laurent*, (1936-2008) con su "Vestido Mondrian", de 1965 (cf. Figura 33) y su colección "Ballets Rusos"; o un anónimo, que inspirado en la obra de Andy Warhol, creó el *Souper dress* (hacia 1966, v. Figura 33), también conocido como *vestido sopa de tomate* o *vestido Campbells*; Jean-Charles de Castelbajac (cf. Figura 33), que ha elaborado vestidos a partir de referencias extraídas de la 'cultura de masas' (el bote de sopa *Campbells*, la botella de Coca Cola, paquetes de cigarrillos), además, ha contado con la colaboración de pintores como Keith Haring, Robert Combas y Di Rosa, en la creación de sus vestidos-lienzos; Paco Rabanne¹³⁸, [1934 -], con su producción de trajes hechos con metal, como el *minivestido en placas de aluminio y cable de latón* (cf. Figura 33) y "Top", de 1967; el estilista Jum Nakao y (uno de) su(s) vestido(s) hecho(s) en papel vegetal, recortado en cintas, basado en un modelo idéntico al de Oscar Schlemmer para el *Ballet Triádico* (cf. Figura 33); además de las constantes citas de estilistas a la estética barroca, al erotismo y fetichismo (Alexander McQueen), al arte africano, oriental, neoclásico, al minimalismo (Martin Magiela) al uso escenográfico de los juegos de luz y color y la creación de escenarios apropiados a la colección presentada.

A pesar de algunos autores admitir la existencia de una relación entre moda y arte, gran parte de la literatura científica ni siquiera considera el tema. Para nosotros, esta conexión sólo se manifiesta en la alta costura en los puntos en común que une estos dos universos. Para empezar, por el cuerpo de profesionales que la compone, formado por estilistas y *artesanos*, cuyo perfil creativo es idéntico al de los 'artistas'. Y por consiguiente, su producto, su *modus faciendi* y *operandi*,

¹³⁸ Licenciado en arquitectura (1952-64), en Francia, el español de San Sebastián se ha afamado por su experimentalismo en la moda. Paco Rabanne ha desarrollado vasta investigación de materiales, cambiando la tela por plástico, metal, papel (arrugado), siendo el traje en plaquitas de *aluminio* (1968), una de sus más conocidas creaciones. El estilista también ha innovado al optar por instrumentos inusitados en la costura, adoptando alicates, anillos, cadenas, cintas autoadhesivas, sustituyendo los tradicionales hilo y aguja. (O'HARA, Georgina, Rabanne, Paco, dentro de *Enciclopédia da Moda: de 1840 à década de 80*, p. 225. Companhia das Letras, São Paulo: 1992.)

la complejidad en el nivel de elaboración que da a sus piezas un carácter exclusivo, la especificidad de las técnicas de elaboración de los patrones, la manufactura especializada, además del valor de mercado de cada producto confeccionado que pone ambas, moda y arte, en el mismo peldaño económico.

En su sentido estricto, como un sistema regulador del modo de vestir, la moda trae en su origen particularidades que la distancian del universo artístico y otros rasgos como funcionalidad, estacionalidad, grupo de profesionales muy específicos que también le caracterizan, pero que no sirven para definir el Arte. Este no suele ser un posicionamiento consensuado entre la mayoría de los autores, como demuestra E. Wilson y Bollon en su recopilación de conceptos sobre moda donde ella es citada como una rama de la estética y una forma de comunicación. Wilson, por ejemplo, empieza su libro hablando de la *función estética del indumento*¹³⁹: “[...] las ropas y los adornos tienen un papel simbólico de comunicación y un papel estético” (E. Wilson, 1989: 13). Si la moda manifiesta ese componente estético, es porque debe ser comprendida como una 'expresión', en la perspectiva de Laver: “la moda es [...] una forma de arte visual, una creación de imágenes, con el yo [...] como medio de expresión” (Laver, 1989: 62). En otro momento, Wilson no habla de moda, sino de apariencia para referirse al *traje*. En una corta frase, compara la imagen personal a un producto de lo imaginario, una auténtica expresión del inconsciente, acercando el indumento al arte: “la apariencia sustituyó la realidad” (Ibid: 49). En sus investigaciones, la autora comenta que el estudio estético de la moda no es reciente, sino un segmento totalmente incorporado por la historiografía del arte gracias a la colaboración de gran parte de la literatura especializada - periodistas e historiadores del arte -, que la divulgó como una forma de expresión artística: “el estudio serio de la moda ha sido tradicionalmente una rama de la historia del arte” (Ibid.: 68).

Si bien estos autores muestran una mirada 'sensible' sobre la moda, esta no suele ser una conducta habitual. El utilitarismo, al contrario, siempre ha sido una característica recurrente en los debates sobre la vestimenta y la moda, pero estudiosos como Albinoni (*Psicología del vestir*, 1976) y Thomas Carlyle reconocen el cariz sensible 'del traje' (no de la 'moda', como E. Wilson y Laver), y desmisticizan el pragmatismo a que siempre ha sido vinculado, argumentando que el adorno, en vez

¹³⁹ El *traje estético* es un atuendo relacionado con el movimiento estético de las décadas de 1880 a 1900, inspirado en las prendas de la obra de Millais, Holman Hunt, Rosseti y otros pintores prerrafaelitas. El movimiento estético abarcó la pintura, las artes gráficas y decorativas. El atuendo femenino consistía en vestidos de estilo medieval, de hechura suelta y holgada y con pocos detalles, accesorios y adornos. (En: O'HARA CALLAN, Georgina. Diccionario de la moda y de los diseñadores. Ediciones Destino/Thames and Hudson, Barcelona: 1999. p. 99.)

del pudor y del abrigo¹⁴⁰ como se suponía, fue la primera función del vestuario: “el primero objetivo del vestuario [...] no fue el abrigo o el pudor, sino el ornamento”¹⁴¹. Bollon asimismo comparte la idea de que se puede atribuir un aura estética al traje, utilizando preferentemente el vocablo 'apariencia' para referirse a él: “la apariencia, que se pone [...] fuera de la razón, que se apoya en la elaboración de imágenes, de representaciones, que [...] es poética, contiene un conocimiento superior, imposible de alcanzar por otros medios” (Bollon, 1993: 219).

El artículo de *Moda* - ya sea entendida *stricto sensu* como la producción artesanal de la alta costura, o en su versión industrial y más asequible, el *prêt-à-porter* -, siempre fue una exclusividad de los más altos estratos sociales. Al contrario, en su sentido más amplio y usual, está vinculada a una extensa clase de consumidores ilusionados por su (falsa) promesa de diferenciación en la vasta oferta de productos de diversos colores y 'estilos' comercializados en cada 'tendencia' difundida por su sector. Sin embargo, lo que se observa entre sus usuarios, es una apariencia 'serial', (con sutiles matices de diferencia), un fenómeno diametralmente opuesto al que les garantiza, que es la creación de 'una imagen personal'. Para contraponerse a esta homogeneización de la apariencia promocionada por la moda, surgió otro fenómeno, a que hemos denominado por 'manifestaciones aisladas e individuales de vestir', caracterizadas por la ausencia de estilo y por un talante exclusivo y artesanal.

A respecto de esta incoherencia de la moda y que, de algún modo alienta este tipo de conducta vestimentar exclusivista, Flüguel comenta que “somos de mentalidad aristocrática y nos atrevemos a sustentar nuestra propia individualidad” (Flüguel: 128). Profundiza la cuestión explicando que los que procuran imitar a los sectarios de la Moda, buscan igualarse 'socialmente' a ellos si bien de un modo inconsciente, anhelando sentir sobre 'su piel' semejante sensación de superioridad que es estar vestido según sus dictámenes. A la inversa, en la actualidad, la diferenciación en el vestir no se traduce en un sentimiento de superioridad como antaño (en el surgimiento de la moda), sino en una actitud de reacción a los patrones sociales de comportamiento

¹⁴⁰ Por mucho que nos pese lo que se afirma sobre la función *protectiva* de la vestimenta como su primer destino, el hecho de vestirse estuvo siempre asociado a una *función simbólica*, en toda la historia de la indumentaria. Renato Sirgutà, en su artículo *Rasgos psicológicos de la moda masculina*, establece un orden de prioridad de las funciones del vestido: ornamental, decorosa y *protectiva*. El autor comenta que en zonas templadas (entre los aborígenes) la necesidad de cubrirse viene con la de reposar, argumentando que estando protegida, totalmente abrigada en un local, la persona prescinde de la ropa. Sugiere que la presencia de objetos y/o elementos decorativos sobre la vestimenta poseen una función mágica, simbólica, protegiendo aquél que la porta de enfermedades, fuerzas misteriosas y malévolas, de lo que se infiere que el traje es portador de elementos mágicos. Este poder, todavía, no sólo estuvo asociado a las sociedades tribales, sino también a las contemporáneas, precisamente en los trajes de los soldados de la Primera Guerra a los que cada uno añadía su propio amuleto. (Francesco Alberoni et alii. *Psicología del vestir*. Lumen, Barcelona: 1976.)

¹⁴¹ CARLYLE, Thomas, citado por E. Wilson, op. cit., p. 48.

y es por eso bastante discriminada. El autor se refería a un estrato de la moda de las élites (o 'alta moda') y al privilegio que es poder atender a su renovada oferta de productos persistiendo, además, en la idea de que la decodificación social y jerárquica de la vestimenta, tiene como efectos psicológicos, los desniveles de clases y en estos, el motivo de la subsistencia de la moda. Por otra parte, defendemos que esa distinción sea más cercana a las aspiraciones e idiosincrasias del individuo, independientemente de la categoría social a la que él pertenezca o de que esté sujeto a un 'todo', como supone el autor. Bajo nuestro punto de vista, la indumentaria asumiría un nivel de autenticidad que la distanciaría por completo de la impersonalidad de los trajes de moda, concebidos para atender a la demanda de un público consumidor heterogéneo, guiado por la prontitud y pragmatismo de la vida contemporánea.

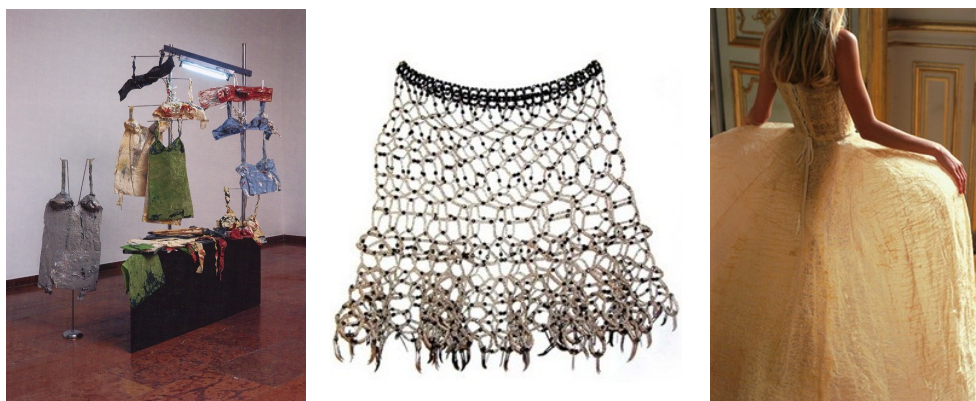


Figura 32. Serie de obras que reflejan la moda como material de creación para los artistas. En orden de disposición: Sylvie Fleury, *Botas Mondrian* (1995); Sylvie Beecroft, *Madona blanca con gemelos* (2006) y *VB 35*, performance (1998); Jana Sterbak, *Vanitas: vestido de carne para una albina anoréxica*, 1987 (maniquí vestido y la obra en destaque) y *Quisiera que sintieras la manera que lo hago [I want you feel the way I do... (The dress)]*, 1984-5; Anselm Kiefer, *Las hembras* (2005); Claes Oldenburg, *Mostrador de lingerie* (1962); Nazareth Pacheco, *sin título* (2000); Javier Pérez, *Barroco* (1997).

Figura 33. Secuencia de obras que muestran el *influjo del arte sobre la moda*. Obras de Hussein Chalayan: en blanco y negro, *Echoform*, de 1999 y en color, la performance *Afterwords*, de 2000; *Super dress* o *vestido Campbells'* (hacia 1966), de un desconocido, ideado a partir de la obra de Andy Warhol.



Prometida africana, de 2005, cita de Jean-Paul Gaultier a las máscaras de Picasso; Paco Rabanne, vestido minifalda (1967), de placas rectangulares de aluminio con perforaciones para pasar las anillas metálicas; vestido del estilista brasileño Jum Nakao (2005), mención al traje para el *Ballet Triádico*, de Oscar Schlemmer (1922); Yves Saint-Laurent, *Vestido Mondrian* (1965); Jean-Charles de Castelbajac, vestidos ideados a partir de iconos mediáticos (s/f); influencia klimtiana en el vestido de John Galiano para la *maison Dior*, colección primavera/verano de 2008.



5.1.1. Otras denominaciones para la desviación indumentar o traje de reacción.

El concepto de *antimoda* anunciado por Simmel, Flügel y otros autores.

Moda y estética vestimentar, antes de ser dos formas distintas de vestirse, deben ser vistas como maneras de expresar convicciones, actitudes, perspectivas frente al mundo y a la vida en sociedad. Son y siempre serán pares antitéticos en cualquiera que sea el estudio sobre moda e indumentaria, aunque se pueda encontrar un punto de vista contrario en alguna literatura especializada en que se defiende la primera como una expresión estética. No obstante, hacemos hincapié en su principio dual, resaltando la existencia de características y propósitos inmanentes a cada una, que las difiere y en la subordinación mutua generada por este antagonismo. Si estamos tratando de una *expresión* indumentar, no hay margen para errores de interpretación, pues la idea de singularidad está explícita en el vocablo subrayado y si le añadimos, además, el calificativo de 'imagen personal', las posibilidades de un fallo se reducen al cero. Moda y estética vestimentar son para nosotros (y seguramente para otros investigadores del tema), entidades inconfundibles e irreductibles que deben siempre ser analizadas conjuntamente.

A raíz de estos datos, se explicaría el surgimiento de fenómenos semejantes a la 'estética vestimentar de calle' por el poder coercitivo de la moda. Su influjo sobre el comportamiento de las personas se da en una relación de dependencia, marcada por una necesidad inconsciente de aceptación social. Vestirse como los demás, integrarse a un conjunto de individuos da una sensación de seguridad y de consideración por parte de los demás.

Una parcela poco expresiva de esa totalidad de creadores callejeros se manifiesta en contra de esa estandarización, liberándose de la mismidad en trajes, peinados, adornos, que expresan su individualidad. Este conjunto indumentar plasmado del inconformismo, no posee relación con edad, raza, género o profesión, o ubicación para su epifanía, pero a cada vez que se manifiesta pone en evidencia las razones porque es un objeto que despierta curiosidad.

Es un fenómeno que suele despertar la atención de profesionales de la moda, pero casi nunca son perceptibles en los discursos especializados. En la prensa masiva, los términos *moda de calle*, *tribu urbana*, moda de los *outsiders*, son algunas de las tentativas de substantivar el vestir *personalizado*. Las publicaciones científicas, cuando lo hace, también lo relaciona a la moda, optando por el término *antimoda* (Flügel, Simmel, Polhemus y Procter) que viene a significar lo mismo que *outsider*. El uso del vocablo *grupo urbano* tampoco se ajustaría, porque que se aplica

exclusivamente aquellas tipificaciones *de grupo*, como él mismo indica. No obstante, *outsider* se aproximaría más al sentido que hemos buscado para designar toda suerte de individuo, lúcido o paranoico, que deambula por las calles o frecuenta lugares públicos cerrados, siempre ataviado de modo 'inhabitual'.

Simmel¹⁴², importante referencia en los estudios sobre moda, advierte que en las sociedades tribales, donde la tendencia a socializarse es predominante, la moda no existe, 'lo que se porta allí es *adorno* o *vestimenta*' (Barnard, 2003: 29), sin embargo, no aplica ningún término como no-moda o antimoda para aclarar sobre fenómenos *vestimentares* refractarios a ella. La moda, en su evaluación, ocurre tan sólo en aquellas sociedades caracterizadas por la convivencia de dos distintas corrientes, una socializante y otra individualizante (Ibíd.: 29). Lo que se observa entre sus miembros es un 'acuerdo tácito' en el vestir, pero los dos impulsos mencionados (*adorno* y *vestimenta*) no son lo bastante para explicar la inexistencia de la moda, por eso entendemos que su origen, mecanismos y características son datos fundamentales a esta demostración.

Hemos localizado el término *antimoda*, literal y únicamente en E. Wilson¹⁴³, todavía se refiere a él como "estilo *sin época* y sin el elemento *cambio*", retomando la distinción que hace Flüguel (1996: 118) entre 'traje fijo' y 'moda'.

Erika Palomino¹⁴⁴ coge de Wilson el término *antimoda* pero la sitúa concretamente en los años 70, período en el que "empieza a despuntar una diferenciación más marcada, una búsqueda por imágenes más individuales" (Palomino, 2002: 61). Esta *imagen personal* aparecería con el concepto de 'marca' (*griffe*, en francés, que significa 'garra'), que viene a ser la incorporación de la firma del creador en el vestido, dentro del concepto de difusión¹⁴⁵. Su visión de *antimoda* es semejante a una modalidad de *vestimenta* que exhibe su autenticidad y exclusivismo a través de la firma de su creador. Lo diferencial de estas creaciones reside en que son en esencia producto de una franja de edad de profesionales jóvenes, que supuestamente influyen sobre esta misma categoría (de edad), estimulándoles a la búsqueda por una imagen indumentar *personalizada*.

Otro aporte de E. Palomino son sus observaciones acerca de las *expresiones vestimentares individuales*, 'masivamente' producidas por *jóvenes*, como reflejo de una actitud de resistencia a la dictadura de la *moda*. *Tribus urbanas*, la más destacada entre ellas, desde sus

¹⁴² SIMMEL, Georg. "Fashion" en WILLS, G. y MIDGLEY, D. (org.). *On Individuality and Social Forms*. University of Chicago Press, Chicago, Ill: 1971, citado por M. Barnard, op. cit., p. 29.

¹⁴³ Op. cit., p. 94.

¹⁴⁴ PALOMINO, Erika, op. cit. (Traducción de Catarina Argolo.).

¹⁴⁵ En Erika Palomino, op. cit., p. 60-61.

origenes (Londres, años 50) ha exhibido una postura insurrecta ante los problemas del mundo y de su entorno social, por medio de su inconfundible panoplia.

Entre las notaciones sobre la variedad de estilos de vestimenta que hoy se encuentran en las calles, ella apunta el 'supermercado de estilos' (cf. Figura 34), concepto instituido en los años 90 por el antropólogo estadounidense Ted Polhemus, para explicar dicho fenómeno y como sustituto de la tribalización. El 'supermercado' consiste en la reunión de universos, de periodos históricos, todos presentes o 'disponibles' en lo cotidiano, a semejanza de los 'botes de sopa' expuestos en las estanterías de los supermercados. Así estarían los hippies, mohicanos, punkis, la estética vestimentar de los 70, todos concentrados en un mismo espacio, tal como un fragmento sincrónico de cincuenta años de cultura popular¹⁴⁶. El 'supermercado de estilos' supone un cambio en las relaciones sociales, porque reproduce una conducta más autónoma y el consecuente abandono de la tendencia a los agrupamientos ocurrida con las *tribus* entre las décadas de 50 a 80. A cuenta de esa multiplicidad de estilos, se vuelve cada vez más difícil la codificación de la vestimenta.

Lo que el 'supermercado de estilos' trajo de positivo, en primer lugar, fue la emancipación del concepto de estilo subordinado al traje al que estuvo siempre asociado las tribus urbanas. A partir de esta ruptura, cada individuo disfrutó de la libertad de poder forjar su propia *imagen vestimentar*, sin ningún compromiso más en ponerle una etiqueta de su grupo de pertenencia (v. tribus). Ted Polhemus lo ha confirmado, en entrevista, observando que “las personas jamás se sintieron tan libres para elegir la propia apariencia de su estilo, como en la actualidad. Si un día la apariencia fue determinada por la tribu y después, por el sistema moda, hoy la persona común construye su propio medio de presentarse”¹⁴⁷. En otras palabras, el historiador sugiere que actualmente la necesidad de filiación a un grupo ha perdido su legitimidad, favoreciendo la individualidad y originalidad de la autoimagen indumentar.

Por otra parte, la coexistencia de dos fenómenos paralelos – moda y 'supermercados' (Polhemus) – ha generado confusión a los investigadores a la hora de establecer el origen de ciertas expresiones *vestimentares* en medio de este puchero de estilos. La pregunta que cabe aquí es 'si los modelos inusuales que se ven por los diversos espacios urbanos, fueron lanzados por la Moda o por

¹⁴⁶ T. POLHEMUS. *Streetstyle: from Sidewalk to Catwalk*. Londres, Thames & Hudson: 1997. Disponible en las webs: <http://www.tedpolhemus.com/main_tedpolhemus.html> y <<http://www.angelfire.com>> [Acceso en: 12 oct .2005] (Citado por E. PALOMINO, op. cit., p. 45.). Título en castellano traducido por Catarina Argolo: *Moda de calle: de la acera a la pasarela*.

¹⁴⁷ “Nunca as pessoas se viram tão livres para escolher a aparência de seu estilo. Se um dia a aparência foi determinada pela tribo e, depois, pelo sistema moda, hoje a pessoa comum constrói o seu próprio meio de se apresentar”. [d' ALMEIDA, Tarcísio: “O grito íntimo das ruas”, en Pós- modernidade, política e educação. *Folha de São Paulo*, Caderno de cultura. (Ref. de 03 oct 2004).]. Disponible en la web: <<http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/cultura.html>> [Acceso en: 12 oct 2005].

la juventud callejera'. Erika ha observado, en una de sus evaluaciones sobre este tema, una influencia cada vez más grande del mundo joven sobre la Moda (*prêt-a-porter*¹⁴⁸ o *alta costura*) que se debe al carácter improvisador y experimental propios de su espíritu libertario, que se 'estampa' en soluciones originales, económicas, en las que predomina la mezcla de estilos y tendencias, volviéndose un enorme atractivo al mundo de la industria *fashion*. La manera como la autora encamina en su texto, su enfoque sobre *antimoda*, lo distancia de los de Simmel y Flügel que la interpretan como una indumentaria *inmutable* (o casi eso) a lo largo del tiempo y opuesta a la moda. *Antimoda* para ella significa desviación del orden indumentar establecido por la moda, reflejada con *originalidad* en un vestido que identifica *individuos*, no grupos. En su artículo *Modas: diseñar el tiempo*¹⁴⁹, el profesor Jorge Lozano citando al autor Fred Davis, comenta que para integrar el sistema de la moda dominante, la antimoda tiene que oponerse a *modas* bien definidas y consolidadas, lo que resulta difícil (leyendo a Davis), puesto que en los últimos decenios, se han matizado diversas de ellas en el cuadro de la moda. Esta proliferación, a su entender, repercute en la imposibilidad de expresar un discurso de antimoda que sea eficaz. El autor aquí se enfrenta con el problema del paradigma, ¿a qué apelar?, ¿en qué fundamentarse para elaborar *esa noción*? Y reclama, además, que las referencias de antimoda son recurrentes, citando como ejemplo, las tribus urbanas.

Si cada nuevo *estilo* o (*movimiento artístico*) que nace es entendido por la historiografía del arte como una 'forma' de contraponerse (aunque no totalmente) a su antecesor, y eso le es 'suficiente' para homologarlo como su antagónico, entonces las *antimodas* son muchas más de las que hemos presumido. Es decir, si se puede considerar cada nueva moda como un paradigma para el análisis de la(s) moda(s) anterior(es), 'a cada estilo que la *historia de la indumentaria o de la moda* ha registrado, ha surgido otro con características bien delimitadas y contrapuestas (total o parcialmente) a él', como aconteció, *por ejemplo*, con las modas de los años 50 y 60. El *New look*, creado por Dior, a fines de los 40 (1947) prosigue en la década posterior, caracterizando una moda esencialmente femenina, cuyos rasgos más representativos, definidos por líneas (globo, A, tonel e Y) que eran responsables de sugerir fragilidad y femineidad: los hombros de la mujer abandonaron el uso de las hombreras, recuperando su contorno natural; la *cinturita*, herencia del XV, rehabilitada en el XIX y en los años 20, ayudaba a modelar aún más el busto; la falda era generalmente estrecha,

¹⁴⁸ Expresión francesa para *ready-to-wear*. Indica ropa producida industrialmente, creada en el inicio de los años 50. (O'HARA, Georgina, *Prêt-a-porter*, dentro de *Enciclopédia da moda*, p. 221, Companhia das Letras, São Paulo: 1992.) La expresión anglosajona generó la francesa y tiene como correspondiente en el castellano, el 'listo para vestir'. (Ibid., p. 228)

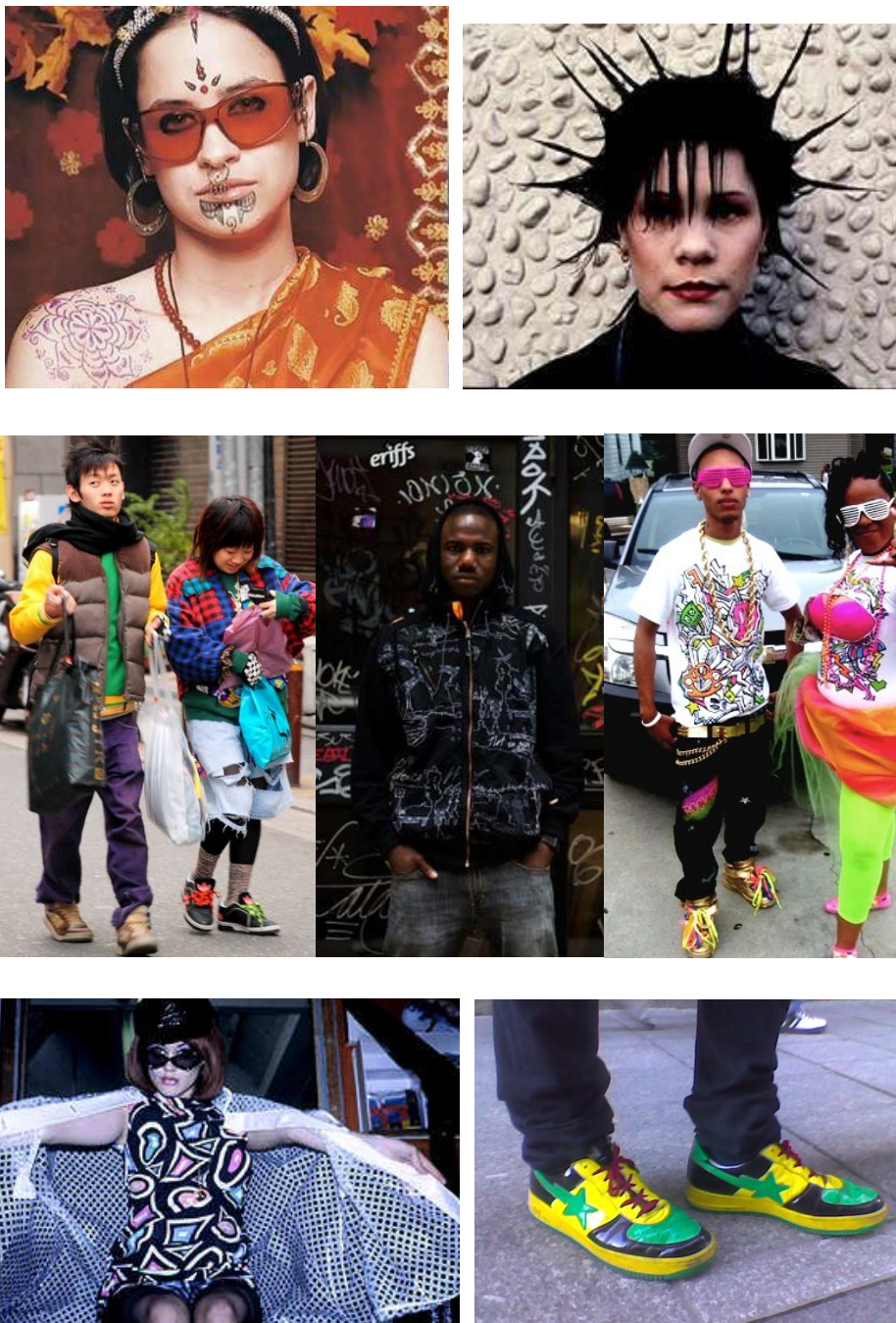
¹⁴⁹ DAVIS, Fred: "Fashion, culture and identity", Chicago Ill.: *University of Chicago Press*, 1992 (citado por LOZANO, Jorge, op. cit.)

tipo 'tubo' y su largo, cuando no alcanzaba el suelo, llegaba hasta la altura de las pantorrillas. En el decenio siguiente, la estética lineal es cultivada por Saint-Laurent, que proyectó sus vestidos en línea trapezoidal. Mientras el *New look* se definía por una imagen de mujer elegante y madura, la moda de los 60s, ponía énfasis en chicas con aire 'falsamente ingenuo' (como la imagen difundida por la modelo Twiggy), conferido por vestidos infantiles y faldas de largo corto (cf. la minifalda, creación atribuida a Mary Quant). Con el patrón trapezoidal, los vestidos se volvieron estrechos en su parte superior y se ampliaron al punto de hacer desaparecer la cintura marcada de los 50s. La artesanía ganó amplio espacio en los 60s, junto con telas de patrones gráficos, estampados florales y colores intensos inexplorados en los 50s. No obstante, las referencias que demarcan los estilos y épocas no deben ser analizadas *aisladamente*, en la opinión de Barnard que, al contrario, aconseja al estudioso estar siempre atento al *contexto* de la vestimenta, para enseguida determinar si ella es o *no-moda*, porque "una ropa o accesorio no constituye un ítem de moda hasta que alguien lo use para indicar su lugar real o ideal, en una estructura social" y "sólo el *contexto* permite la identificación de una pieza de ropa como moda o no-moda, así como es solamente el *contexto* quien permite identificar el correcto significado de las palabras"¹⁵⁰.

Desde esa situación el propio Barnard abre precedentes para una crítica a los conceptos de *moda*, *vestimenta* o *adorno*, por él mismo instituidos en el primer capítulo de su libro, donde trata de la etimología de estos vocablos. Orientados por su reflexión, concluimos que una *vestimenta* puede, en algún momento, volverse *moda* si, por ejemplo, uno de los trajes fijos (conforme la clasificación de Flügel, ya mencionada en este texto) fuera declarado la pieza clave de la tendencia del próximo verano, por ejemplo. La falta de un paradigma, como en este caso, produciría una 'oscilación' del significado que dificultaría una evaluación precisa acerca de 'este' o de 'aque' traje, en estudio. Recordamos que para Flügel, el fijo es una categoría 'sociológica' que se opone a la moda por dos aspectos esenciales: la permanencia de sus particularidades y su variación en el espacio. Distintamente de la moda, el traje fijo estaría íntimamente ligado a las circunstancias raciales y locales, posición social (como en las jerarquías de las tribus) u ocupacional. El autor establece aún, excepciones a estos casos, proponiendo una nueva tipificación de donde surgen los *trajes geográficos* (en los que el elemento topográfico se sobrepone al social) y los *uniformes* (Flügel: 118, 119) subrayando que ambos "exhiben en mayor o menor grado, todos los trazos distintos del tipo 'fijo'" (Ibíd.: 118).

¹⁵⁰ BARNARD, Malcolm, op. cit., p. 36. (Subrayados nuestros.)

Figura 34. Supermercado de estilos: tatuajes efimeros en 'henna', peinados, complementos, zapatos y trajes.



Customización versus personalización: los nuevos rumbos de la indumentaria hacia la originalidad.

En rigor, el término *customización* es un anglicismo originado de la expresión *custom made*¹⁵¹, "hecho a medida", originada del verbo *to customize* que significa "hacer o cambiar algo de acuerdo con las necesidades del comprador".

El proceso de *customización*, desde que surgió como una resistencia al imperativo de las grandes marcas de las *maisons* de moda, también acuñada *logomanía*, se ha vuelto un modismo entre los que buscan la 'personalización'¹⁵² de su atuendo. Es asimismo encarada como un recurso lúdico y un medio de subsistencia que consiste en el cambio de la apariencia de la *ropa industrializada*, con o sin intervenciones en el patrón original, a que se añade un realce personal por medio de técnicas artesanales ampliamente usadas en la década de 70 (encaje, bordado, ganchillo, punto de cruz, pasamanerías, etc.) y técnicas de pintura en tela (v. Figura 35, diferentes formas de 'customizar' incluyendo el *tunning*).

Evaluada como una alternativa exclusivista de elaboración de la propia imagen, la customización se ha tornado paradójicamente y en poquísimos tiempos, una 'tendencia vestimentar retro', pulverizada por los escaparates de las ciudades. *Retro* porque recuperó principalmente el aspecto sincrónico del estilo de los 70s y de las técnicas aplicadas a él. En contraposición, al volverse 'tendencia', la *customización* ha rehabilitado involuntariamente el fundamento básico de la moda, que es la imitación, de la cual tanto se ha empeñado en alejarse, redimiéndose de su condición transformadora.

Uno de nuestros encuestados, comerciante de artículos para confección de accesorios, nos ha corroborado ese modismo, revelándonos que la customización se ha diseminado por todas las categorías de consumidores. Ahora bien, el producto customizado se ha transformado en un artículo oneroso, en virtud de su aproximación al concepto de manufactura, vinculado a las grandes marcas y talleres afamados:

¹⁵¹ Cf. en la web: <<http://www.wordreference.com/es/translation.asp?tranword=custom%20made>> [Acceso en: 05. feb.2005]

¹⁵² "Personalización" no debe ser confundida con "customización", según Frank Piller, consultor científico de la cyLEDGE (empresa dedicada a soluciones de problemas de *software*). Él explica que mientras la segunda implica un cambio, *assemblage* o modificación de producto o componentes de servicio de acuerdo a las necesidades y preferencias del consumidor, la primera comprende comunicación e interacción intensas entre dos partes: consumidor y distribuidor. La 'personalización' se trata, por lo general, de una selección de la información dirigida a un individuo, basada en sus datos (el perfil de consumidor), para ofrecerle un paquete customizado de productos industrializados que combinan entre sí y con el perfil de estilo de los clientes. [PILLER, Frank. Personalization/(Mass) Customization versus Personalization. Disponible en la web: <<http://www.cyLEDGE.com>>] [Acceso en: 02. jul 2006].

(La customización) está en alza, pero por otro lado es un mercado cuya mano de obra es aún muy escasa, porque no hay un buen número de personas en este segmento. Este es un mercado muy bueno, pero que poca gente lo explora. [...] El problema es que tenemos aquí una mano de obra cara, como es el caso de los que bordan, por ejemplo. (Raphael Tosta)

Y añade, refiriéndose al uso frecuente de las piezas para accesorios en la indumentaria, confirmando la *customización* como una práctica comercial y a la vez lúdica, bastante practicada, pero socialmente estratificante. Como en cualquier otro segmento del vestuario, el traje customizado está dirigido a los distintos estamentos sociales, desde que estén observados el nivel de elaboración y la calidad de los materiales utilizados:

Mucha gente las utiliza. Hay una fábrica que sólo trabaja con aplicaciones para vestido y en dos días ya lo he vendido todo; eso me ha sorprendido, porque ese mercado creció bastante. *Un artículo con aplicaciones* ya es caro en una tienda de trajes populares, sin embargo, en las que venden marcas afamadas, *el precio sube el doble o el triple*. [...] Vendemos bastante de estas piezas de bisutería para la customización (de trajes), pero una buena parte de ellas es para consumo propio, no para comercialización. [...] el fuerte del segmento de customización es ahora mismo la compra para el usufructo. (Rafael Tosta)

Hoy en día, con este recurso, cualquier persona independientemente de su nivel social, puede elaborar su propia imagen (indumentar), interviniendo en sus trajes, aunque usados, o bien transformándoles radicalmente la estructura (alterando el patrón) o su apariencia.

Lo que estos muestran es que el impulso hacia *la diferenciación a través de la indumentaria* no es un hecho nuevo, por el contrario, ella es una práctica que viene siendo desarrollada desde la génesis de la moda. Patrice Bollon, en la introducción de su libro¹⁵³ nos confiere la posibilidad de demostrarlo en la nota siguiente:

*"Siempre existieron individuos – ni siempre jóvenes y aún menos "marginales" – que se expresaron y se afirmaron a través de un estilo [...] en ruptura con las normas. [...] Hombres y [...] mujeres [...] que con su apariencia intentaban contestar un estado de cosas, una escala de valores, una jerarquía de gustos, una moral, hábitos, comportamientos, una visión de mundo o un proyecto, tales como reflejan los trajes dominantes, por el estilo obligatorio o por la preferencia estética común de la sociedad en que viven. En fin, hombres que son, quieren ser o se imaginan "otros", diferentes, raros, singulares y pretenden mostrarlo con lo que se ve en primer lugar, la apariencia"*¹⁵⁴.

¹⁵³ BOLLON, Patrice, op. cit. 9-14.

¹⁵⁴ Patrice Bollon, op.cit., p. 11. (Subrayados nuestros.)



Figura 35. Distintas formas de *customizar* ropa, zapatos, bocas de riego, incluyendo, entre ellas, al 'tuneado' del vehículo.



Bollon anticipa datos que iremos registrar más adelante, como la desvinculación de una estética vestimentar 'marginal', con edad, sexo o categoría social, así como destaca su alejamiento de todo y cualquier estilo vigente o pasado, en función de una expresión individual genuina, no obstante comprometida con principios estéticos y/o éticos.

El autor establece como punto de arranque para discurrir sobre la *apariencia* el *simbolismo* literal y figurado *de los trajes* de los *muscadins*, “jóvenes pertenecientes a la pequeña burguesía del fórum de los negocios y de las letras que formaba en París la base social de la Gironda” (Bollon: 24) y, que desempeñaron relevante papel en el derribo de la simbología revolucionaria que siguió a la muerte de Robespierre. Bollon pone acento en dos aspectos de la *simbología vestimentar* (de esta juventud) que nos auxilia, a modo de ilustración, en las observaciones que realizamos en el párrafo anterior: en uno, ella es 'expresión' (en este contexto, de el derrocamiento de valores del *Ancien Régime*), en otro, ella es 'fundadora' de nuevos ideales (que vendrían con la Revolución Francesa). Dicho en otros términos, Bollon se fija en una noción de vestimenta que es guardiana de valores, ideales y de una *simbología* intrínseca (*expresión*, por lo tanto), o aún, ella es un “instrumento” por el cual se fundan semánticas de lógica y necesidad propias (a ejemplo de lo que representó la semántica de la Revolución). Y le añadiríamos otra peculiaridad que se suma a su valor estético, sensible, que es lo de ser *agente de cohesión social*, o aún, apoyándonos en Maffesoli (1995), diríamos que la *vestimenta* (o el conjunto de la *apariencia*, integrado por ella) como estructura antropológica, se inscribe en un vasto sistema simbólico-comunicacional y por eso 'hace sociedad'. Estos fueron algunos de sus aspectos ampliados en los apartados subsecuentes, con el sustrato provisto por los 'actores' de la *estética* vestimentar.

5.2. Los otros yos: lúdico, religiosidad y protesta en la construcción de la identidad.

- La fábula de *Pirilampo* (o Luciérnaga).

Una insólita luciérnaga, llena de luces coloreadas, vaga por las noches de la capital baiana y de la pequeña ciudad de Ilhéus. “Pirilampo¹⁵⁵”, como se autodenomina, no es un artificio publicitario, ni tampoco una atracción local ideada para atraer turistas, sino un producto del 'imaginario' de Zaqueu, una persona común durante el día, que por la noche se trajea de ilusión para ensoñar a sus paisanos.

Su implicación con el arte indumentar ha pasado inicialmente por la ornamentación de su coche, que fue el punto de arranque de todo su desarrollo creativo, incluyendo la elaboración de sus trajes. En sus apariciones suele 'vestirse' ora con el coche, su segunda epidermis tal cual el caparazón de una tortuga, ora con el atuendo hecho especialmente para la 'ocasión'.

Pirilampo vive más 'en función de la vida exterior' que del recogimiento doméstico. En su obra *La poética del espacio* Bachelard comenta sobre el uso de estos espacios por los hombres y las mujeres, afirmando que el hogar (el interior) *está para* la mujer, así como la calle (el exterior) *está para* los varones. Los más mordaces insinuarían que en la sociedad de consumo de masa esa correspondencia espacial ha sufrido un radical cambio sólo con relación a las mujeres que dejaron el calor hogareño por los *centros comerciales*. Esta 'ruptura' afectaría incluso la adquisición de *bienes de consumo* antes destinados *exclusivamente* a las necesidades básicas de la vida familiar, para dar lugar a nuevas predilecciones que serían artículos de vestuario, productos de belleza y estética (corporal). Y en el caso de los varones, estas preferencias se mantendrían por los *coches*, motocicletas y toda suerte de aparatos electro-electrónicos e informáticos.

El contenido de la observación se aplica en parte a Zaqueu, que desde su juventud se ha ilusionado con poseer un coche nuevo para enseñarlo a toda la población de su ciudad. Frustrado por no cumplir un deseo que se extendió hacia su madurez, encontró la solución para este problema en la 'plástica ornamental', poniendo en marcha un pretencioso proyecto guiado por una aritmética de efecto, que consistió en la adaptación de centenas de millares de bombillas y baterías, a su coche, valiéndose de bastante combustible para hacer su habitual 'ronda nocturna'.

El coche aún preserva en la actualidad, un 'capital simbólico' exclusivo del sexo masculino:

¹⁵⁵ *Pirilampo*, en portugués.

es símbolo de virilidad, poder (económico y fuerza), madurez, independencia (económica) y seducción, junto al público femenino. Basta observar los informes publicitarios y atestiguarlo: “¿En el coche o en la cama? Una revista alemana publica el primer estudio que vincula las marcas del coche con la conducta sexual de sus dueños. Los propietarios de BMW son más fogosos”¹⁵⁶. Él continúa siendo un elemento de exhibición fundamental tanto en el juego de conquista del sexo opuesto, como en la prueba de masculinidad frente al público varonil. Como 'imagen arquetípica del cuerpo masculino', es la expresión formal de sus contornos, vigor, belleza y seducción. Zaqueu materializa estas características empleando en su coche la técnica del 'tuneado' añadiéndole luces, movimiento (de las piezas acopladas), formas y colores, logrando, de este modo, una relación diferente con el coche en que las funciones estética y lúdica se superponen a su función originalmente pragmática.

En su proceso creativo, *Pirilampo* (como prefiere ser llamado) se vale del *empirismo* como principal método en la búsqueda de soluciones y en el enfrentamiento con los constantes desafíos a que está sometido. En su comunicación con el público, proporciona una *interactividad* de trasfondo *lúdico*, y en el aspecto *estético* de la obra, una *exageración* que la aproxima de los fundamentos de la *estética barroca* aliada al método constructivo “Merz”, de Schwitters. Ahora bien, de la primera (barroca) ha explorado el principio del *horror vacui* hasta las últimas consecuencias, movido por un reto particular y por el estímulo de espectadores ávidos de verlo aplicado en cada incremento de bombilla y juguete en el coche y en sus accesorios cosméticos. Por otra parte, ha asimilado del *Merz* el *proceso azaroso de construcción*, añadiendo nuevos objetos a los ya existentes y por etapas. A la semejanza de Schwitters, que ha utilizado la técnica del *bricolage* (Lévi-Strauss)¹⁵⁷ en la recolección de testigos efímeros de la realidad (como pueden ser los billetes usados de metro, sellos de cartas, tapones de botellas, botones, cordones) para construir con este arsenal su crónica particular, Zaqueu se ha apropiado de bombillas especiales y juguetes 'nuevos', que mismo tamiza con rigor en tiendas situadas dentro y fuera del país. Cuando se propone esta selección de elementos y planea la conformación que algunas de sus piezas asumirán como producto final, lo hace teniendo en cuenta la *originalidad* como criterio clave de su trabajo y en las *reacciones* de *asombro* y *risa* que pueda

¹⁵⁶ MÚLER, Enrique. Disponible en la web: <<http://servicios.diaariosur.es/pg040610/prensa/noticias/Sociedad/200406/10/SUR-SOC-223.html>> [Acceso en: 17.ago.2005]

¹⁵⁷ El antropólogo estructuralista Claude Lévi-Strauss (1962) aplicó el término *bricolaje* (collage, construcción, arreglo hecho con materiales diversos) a los hechos culturales, como una metáfora en el contexto de su teoría del pensamiento mítico. Según esa teoría, el pensamiento se construye dentro de un universo instrumental cerrado, de repertorio limitado y composición heteróclita. La *creación mítica* consiste en una nueva disposición de elementos - residuos, fragmentos, restos - de distintos orígenes (heredados, prestados) cuya naturaleza no puede ser modificada y que por el *bricolaje* van a constituir un conjunto estructurado original. Aquellos elementos, aunque preservados en su condición original, asumen una significación distinta en este nuevo ordenamiento compositivo. (Adaptado de CUCHE, Denys, op. cit., p. 152-155.)

provocar en el público (cf. Figuras 36 y 37).

Su atavío luminoso junto con el coche pueden ser interpretadas como *tótemes (movientes) de la sociedad de consumo*. En el vehículo, muñecos y personajes nacidos de tebeos y de dibujos animados denuncian la fuerte ascendencia de la *cultura norteamericana* sobre la cultura occidental (indicios de cambio de lo territorial/local/distintivo, hacia lo ecuménico/homogéneo/general). En la indumentaria, formas estereotipadas de corazón, flores y estrellas, asimismo evidencian los efectos de la globalización no como un *fenómeno* que responde exclusivamente a criterios objetivos de desarrollo económico, sino por su extensión a otras dimensiones de la vida social, dentro del panorama mundial. En ese contexto, cabría también la sustitución del término *fenómeno* por *proceso*, en el entendimiento de lo que sería esta 'homogenización cultural' consecuente de la globalización.

Si no creyéramos que 'por la apariencia se pudiera esbozar el perfil de una persona o mismo hacer un análisis cualitativo de un objeto', habríamos que despreciar todo el discurso de la historiografía del arte. Es ella quien nos da soporte para identificar en su obra elementos de la cultura de masas, el efecto acumulativo e impactante que producen y que suelen estar vinculados a la estética *kitsch*¹⁵⁸. *Cultura de masa, acumulación, efecto y asombro* son los términos con los que gran parte de sus teóricos la definen: Baudrillard habla de una "exaltación del pormenor y saturación de las minucias"¹⁵⁹. Eco afirma que "*kistch* es la obra [...] estimuladora de *efectos*, [...] es lo que surge ya *consumido*; lo que llega a las *masas* [...] porque está consumido"¹⁶⁰, y para Dorfles, es un producto de la *cultura de masa*. La lingüística, a través de las enciclopedias y diccionarios lo registra (en la Brockhaus Enzyklopädie) como "[...] groseras *imitaciones industriales del arte popular*, por

¹⁵⁸ Para acercarse a la estética *kitsch*, cf. Gillo DORFLES: *O kitsch, antologia do mau gosto*. Edições 70, Lisboa: 1971 y *Novos ritos, novos mitos*. Lumen, Barcelona: 1969. Especialmente en la primera, el autor se propone a buscar a través de la etimología el camino para la elaboración de un concepto. Otros autores que merecen referencia son: Humberto ECO: *Apocalípticos e integrados*. Lumen, Barcelona: 1999 y *La definición de arte*. Martínez Roca, Barcelona: 1983; Abraham MOLES: *El kitsch: el arte de la felicidad*. Paidós, Barcelona: 1990; Jean BAUDRILLARD: *A sociedade de consumo*. Edições 70, Lisboa: 1995; Décio PIGNATARI: *Información, lenguaje y comunicación*. Gustavo Gili, Barcelona: 1980. El término es por veces asociado a otras (1) estéticas, (2) nociones de arte y de cultura: (1) el barroco, el rococó, el academicismo (Bouguereau, Messonier, Carbonel, etc.), arte naïfe, arte pop, (2) artes menores como el decorado, la artesanía, la cultura popular. Pero también a prácticas como el coleccionismo y a productos así estigmatizados, muy presentes en el ambiente doméstico, como las ilustraciones de calendarios, los pingüinos de nevera, etc. Además, es considerada *kitsch* toda producción artística dirigida a un mercado de consumo masivo, en el cual 'circulan' determinadas *categorías*, concebidas como las más comerciables, a ejemplo de lo que se pasa con algunos temas constantemente visitados en la pintura. Entre ellos se destacarían los paisajes (heroicos, idílicos), marinos, desnudos, retratos, pinturas de género, bodegones, escenas religiosas, todos de calidad técnica y artística 'cuestionables', según los expertos. Algunas de estas pinturas son inspiradas en obras consideradas 'cultas', otras son producto del propio imaginario de sus creadores, como son los trabajos de Bob Ross (EUA, 1996) y Thomas Kinkade (EUA, 1956 -) pintores del género *paisaje 'imaginativo'*.

¹⁵⁹ En BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Edições 70, Lisboa: 1995. p. 175

¹⁶⁰ En ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Perspectiva, São Paulo: 1993. pp. 69 y 128.

ejemplo, *Kitsch* de souvenir¹⁶¹. El diccionario de la lengua portuguesa de Aurélio Buarque de Holanda explica que es un “estilo, o material artístico, literario, etc., considerado como de mala calidad, por lo general, de cuño sensacionalista o inmediatista, y producido con el especial propósito de apelar al gusto popular¹⁶². (Subrayados nuestros en las citas.). Las interpretaciones que *el público callejero* suele extraer de su obra se encaminan por una óptica en que prevalecen las nociones de 'anticuado, excesivo y de mal gusto'.

No obstante, se ha observado dos distintas posturas del público frente a su traje y a su coche. Los foráneos se mostraban inicialmente impactados por la profusión de objetos, luces, por el movimiento y ruido que los objetos de su coche producen, bien como por las luces de su traje. En un segundo momento, movidos por la curiosidad, buscaban conocer el mecanismo de funcionamiento de los juguetes y del juego luminoso. Los nativos, si bien acostumbrados con sus apariciones, se dividen entre los que le ven como un lunático y los que lo consideran una figura folclórica que sirve de atracción local para turistas. *Pirilampo* ha comentado que en el inicio tuvo que enfrentarse con dos problemas: su inhabilidad técnica en la ejecución de los trabajos y la respuesta inicial de los *ilheenses*¹⁶³ muchas veces hostil y reaccionaria, por el efecto sorpresivo causado por sus obras. Hoy en día interactúan con él y con su trabajo, en una actitud de rendición ante una popularidad que le ha proporcionado fama nacional y le ha garantizado un *status quo* de 'celebridad local'.

Cuando indagado sobre sus motivaciones y propósitos en la realización de sus proyectos, nos dimos cuenta de la carencia de un discurso sólido, de una *intencionalidad* frecuente en las *proposiciones artísticas*, reclamada por muchos teóricos, sin embargo, este es un detalle que no le quita el mérito. En *Nuevos ritos, nuevos mitos*, Dorfles comenta que el *kitsch* es una expresión antagónica a lo que es el 'verdadero' arte, de la cual apenas es un *Esratz*, o sea, un producto corrompido. Ese tono claramente burgués conferido al arte y con unanimidad en los conceptos y enfoques sobre el *kitsch*, nos pone en defensa de una postura más neutral, en la que el punto de arranque en el análisis de cualquier obra sea ella misma y los subsidios ofrecidos por su autor, no una teoría que le sea 'exterior' y que ignore estos datos. Es sólo a partir de este cotejo que juzgamos posible la construcción de un discurso legitimador y satisfactorio, de lo contrario, todo lo que se refiera a la obra y a su idealizador no pasará de especulaciones subjetivas e distorsionadas.

Cuestionado sobre el contexto de su trabajo, Zaqueu declara que fue movido por la

¹⁶¹ Cf. en la web <<http://www.brockhaus.de/enzyklopaedie/digital/index.php>> [Acceso en: 03 mar 2005]

¹⁶² BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.

¹⁶³ Natural o habitante de la ciudad de Ilhéus, Bahía, Brasil.

necesidad de llenar su tiempo ocioso ('impuesto' por la jubilación) con alguna actividad amena, que le posibilitara la realización de un ideal de juventud que era exhibirse públicamente con un coche que *llamase a la atención* de todos por donde pasase. Para alcanzar este objetivo tenía que mostrar algo inusitado e impactante, probando con eso que *originalidad* no es categoría estricta a la clase burguesa (o al arte premoderno), como se defendía hace más de un siglo, ni tampoco una meta 'inalcanzable' en la contemporaneidad, contrariando a Eco¹⁶⁴. Por eso no hay tautología en su obra, mucho menos articulación con antiguos modelos, pero sí, un auténtico deseo de afirmación de una subjetividad inherente a las 'expresiones de autor' Tal vez su alianza con un pasado no tan remoto sea más bien *un tipo de conducta social* (no una obra en sí) hecha pública en los años 60 por el artista pop Andy Warhol, con la que se volvería ambición de una gran parcela de occidentales, en la actualidad: la fama rápida y fácil, o según preconizaba, 'los quince minutos de fama a que todos tenemos derecho' no 'por conquista o merecimiento', añadimos. Las estrellas de Hollywood, los jugadores de fútbol y demás galácticos del deporte, los chicos y chicas de "Factor X", "Gran Hermano", "Eurovisión", los modelos publicitarios y de las pasarelas de la moda, integran una parte de la constelación de personajes mediáticos cuyo ascenso, la mayoría de las veces, es menos veloz que su declive. Su participación en telenovelas, en programas sensacionalistas y de entrevistas ('con celebridades') pertenece a un pasado que Zaqueu preserva en cintas de video y en fotografías guardadas 'para la posteridad'.

Hay dos aspectos que se ven implicados con la *autofagia de la sociedad de consumo* y que está presente en el trabajo de *Pirilampo*: uno de ellos, se refiere a la *fama* sobre la que acabamos de mencionar y el otro, a la *utilización de objetos y formas esquematizadas*, producidas por esta misma sociedad y 'digeridas' por él de una manera muy subjetiva (v. creación mítica). Contrariando la noción pasteurizada que se ha formulado en torno al objeto de consumo, Zaqueu la revierte a su favor retirando estos objetos y formas luminosas de su contexto original para re-ordenarlos mediante la creación de un nuevo discurso 'funcional', con todo sin modificar su naturaleza. Antes, *cada pieza aislada* era utilizada en *territorio particular* (entiéndase el ambiente doméstico) y tenía como función 'estricta' el entretenimiento de su propietario. En sus manos, estos objetos y formas ya no actúan más solitariamente, integran un conjunto heteróclito que es adaptado a un objeto-soporte (el coche) que 'transita' en un *espacio público abierto*. Estos pequeños cambios de contexto no intervienen en su naturaleza ni en sus principales atributos (su función motora y carácter lúdico), no obstante, todo

¹⁶⁴ ECO, Umberto. *A definição de arte*. Edições 70, Lisboa: 2000. p. 127.

ello sólo puede ser comprendido si es analizado dentro de esa 'nueva ordenación lógica'.

La efimeridad, además de la autofagia, es otro trazo de los productos de la sociedad de consumo que está también presente en la obra de Zaqueu. Íntimamente imbricados, ellos acusan el sometimiento a la *consumatividad* a que todos los que vivimos en una sociedad (eminentemente) capitalista estamos condenados. La constante renovación de la apariencia de su coche con la superación de cifras cada vez mayores de piezas y bombillas, es una actitud que espeja el concepto de *consumatividad*, introducido por Baudrillard. Diferentemente del consumo que es motivado por una necesidad real, aquel se define por una necesidad inducida, generada en el núcleo de la sociedad de consumo, por su mecanismo de producción desenfrenada de bienes y servicios. En ella todo tiene fecha de caducidad y está programado para ser digerido y disfrutado en un corto espacio de tiempo: el entretenimiento, el conocimiento, el arte, las relaciones sociales y afectivas son afectadas por el ritmo vertiginoso del consumismo.

Proceso creativo:

En su declaración, la 'intuición' es indicada como principal brújula orientadora de sus proyectos artísticos, incluso en lo que atañe a conocimientos de electrónica y mecánica:

Todo (lo que hago) parte de mí mismo, el vestido, todo. Para que tengas una idea, existen dos tipos de mecanismo usados para lograr el parpadeo de las bombillas, uno se llama *relé* y el otro, secuencial; ambos son electrónicos, sin embargo, no entiendo nada de electrónica, ni de transistores.

Yo compro chaquetas impermeables de motociclistas, les saco las mangas y le pongo las bombillas. El soporte del traje es muy común, es sólo hilo, lamparillas y soldadura blanca y no hay peligro de incendiarlas porque son en napa¹⁶⁵. También agrego lamparillas al sombrero, a las gafas y botas.

El proceso de elaboración del traje se caracteriza por el ahorro en los pormenores, buscando *practicidad* y *efecto*. Está compuesto por chaqueta, pantalones, gafas, botas, sombrero o gorra, todas piezas básicas, industrializadas, preservadas en sus características originales (el *tono* negro del traje, el *material* [napa], el *patrón* del vestuario y zapatos y el *formato* de los sombreros y gafas) las cuales son ennoblecidas por los colores de las bombillas que una vez agrupadas, componen los patrones de la ropa (cf. Figuras 36, 38 y 39).

¹⁶⁵ Del ingl. nap[p]a [leather], cuero de Napa, condado de California donde se preparaba y curtía. 1.f. Piel curtida, de tacto suave, empleada en la confección. (Fuente: Diccionario Electrónico de la Real Academia Española)

Zaqueu prescinde de un estudio previo del patronaje de los trajes y de su ornamentación, salvo por medida de prevención de incendio del material (la napa), que podría ser provocado por el calentamiento de las bombillas (posibilidad remota, según él). Por otro lado, la necesidad de encontrar soluciones para el problema de la limitación de los movimientos corporales provocada por los elementos que le son agregados y consciente de su inhabilidad en patronaje, le forzó a adoptar el pragmatismo en todas las etapas del proceso, desde la manufactura de la vestimenta hasta su exhibición. Este método fue puesto en marcha con la intervención en *ropas listas*, solucionando la cuestión de la costura. Asimismo con la opción por un *material resistente* como la piel (napa), apropiada a las constantes fijación y remoción de las partes adaptables y cuya tonalidad neutral le permitió mayor libertad en el manejo y uso de colores en busca de contraste entre las formas. Las limitaciones con que se ha enfrentado le 'indujeron' a trabajar el vestido como un objeto 'cinético' hecho exclusivamente para ser 'contemplado', no como una pieza funcional.

Voy creando los dibujos sin estudio previo y poniéndolos en el vestido. Fijate que estos dos vestidos más nuevos fueron hechos diferente del primero. En este, las lamparillas fueron puestas directamente sobre la chaqueta, en el segundo y el tercero, las puse sobre los motivos recortados en caucho. Supongamos que yo planeara poner un corazón, lo cortaría sobre el caucho y le añadiría las lamparillas. (Usando otro método para crear 'motivos'.) O entonces, hago que una rueda (de diez o cuarenta centímetros de diámetro) se cambie a una flor, abriéndose y cerrándose por el efecto de las luces, de acuerdo con el secuencial y la velocidad de las lamparillas. Estas piezas van separadas del traje, (tras la exhibición) se las quito y después se las vuelvo a poner (en otra ocasión). Estos motivos y el traje (chaqueta y pantalones), ambos llevan velcros, por eso no se descuelgan, además, dispensan el trabajo de costura. Aquellos modelos que vienen con lamparillas poseen terminaciones de pequeñas bombillas, a los que conecto a los pantalones y así creo el adorno. Ahora bien, se puede retirar todos los adornos del traje, lavarlo y después ponerlos de nuevo, pues son reemplazables. Con esa facilidad, rapidito se hace la aparición: yo llego a un sitio, llevo las piezas listas, separadas, como en el programa "Fantástico" (TV), cuando usé el traje en plena plaza. Ya estaba con los pantalones, ellos ya poseían los sitios demarcados para agregar las placas y con la chaqueta fue lo mismo.

Vivir a diario la paradoja entre la 'artesanalidad' del método de trabajo y el uso de la herramienta electrónica, es una de sus principales motivaciones en todo el proceso de creación. Este diferencial que es conferido a su obra por la unión entre *tradición* y *contemporaneidad*, es una de las razones por la que el público se ve fascinado.

He decidido por algo que fuera artesanal, porque a mí me gusta. Pensé, entonces, lo que iba hacer para que las lamparillas parpadearan tal como el secuencial y el relé electrónicos. [...] yo inventé el secuencial manual, artesanal, mi arte es este, es hacer la cosa artesanal.

Pero por detrás de su *modus faciendi*, de la apreciación por la 'habilidad artesanal', se ocultan ciertos valores y el gusto pertinentes a una *clase social opulenta* que él incorpora y encarna. La pérdida de la funcionalidad del vestido conduce a este razonamiento, el encantamiento que su traje provoca, no está en su posibilidad de adquisición o en su utilitarismo, sino en su valor de 'cambio simbólico', de objeto de goce, de fetiche, valores estos mucho más próximos a las ambiciones de una categoría social elevada que popular. Idéntica asociación observaremos en su anhelo por destacarse del público, sirviéndose de recursos plásticos que reflejen el espíritu 'burgués'. No es por casualidad que él apuesta por la sobreabundancia de elementos y de brillo, como expresiones de hartura y ostentación, características de este 'espíritu'.

Al libertar el indumento de su pragmatismo y revestirlo de un aura lúdica, Zaqueu garantiza su aceptación pública. Planeado originalmente para ser un objeto lúdico, es como tal que debe ser evaluado – sea en su estética, en el *significante* manifiesto en su exterioridad, sea en sus (posibles) *significados*. Uno de estos nos induce a una aproximación al *lujo*, apoyados por la noción que Roach y Eicher (1979: 19) tienen del término, de que es 'un exceso condicionado a *pocos*'. Malcolm Barnard¹⁶⁶ establece un entrecruce de esta idea de lujo con su concepto *diversión*, afirmándola como "un escaso recurso monopolizado por una élite social", y lo ratifica: "tener tiempo y dinero para dedicar a la diversión significa ser miembro de esta élite".

El mérito de Zaqueu en todo ello está en la osadía con que ha destituido del traje su habitual empleo, para tratarlo como un 'juguete', afirmando su potencial transformador. Como ha enfatizado Barnard, destacar de la indumentaria su aspecto de *diversión* (al que sustituiríamos por *función lúdica*) es afirmar que ella puede ser una manera de lograr *placer*. En Flügel este *placer* está vinculado a la *sensación somática de vestir* ropas, es decir, la sensación táctil que ciertas telas nos proporcionan, derivada de su roce sobre nuestra piel. En el caso de Zaqueu, este goce no tiene ninguna relación con esta sensorialidad epidérmica, sino más bien, en proporcionar placer a sí propio y sobre todo, a los demás.

La *temporalidad*, otro pormenor de su producción, no se ve estancada al período del día en que sus objetos 'pueden' ser expuestos. La persecución por la *novedad*, marca de las proposiciones

¹⁶⁶ BARNARD, Malcolm, op. cit., p.104.

artísticas desde los años 50 y 60, se verifica asimismo en la *constante renovación* a que Zaqueu somete sus proyectos y que es parte de este 'juego' a que él mismo se propone. La indumentaria, por ejemplo, tiene un fecha de caducidad estipulado por él de cerca de tres meses, "tiempo hábil para una nueva intervención", determina. Esta *transformación* que consiste en el cambio de 'pelaje' del atavío, sin alteraciones del patrón o del color negro original, fue una manera que ha encontrado de 'jugar' con la apariencia.

Visto desde este ángulo, la ornamentación del vestido se asemeja al plumaje del pájaro que *se manifiesta para el deleite de los humanos* y para cumplir su *verdadera finalidad*, que es el apareamiento. Nos viene de Huizinga el aporte sobre esa idea de que "el pavo real y el pavo se limitan a mostrar a las hembras el esplendor de su plumaje, pero aquí el *aspecto esencial es la exhibición de un fenómeno inusual destinado a provocar admiración*" (subrayados nuestros). A esta apariencia insólita, el autor añade *el movimiento* como un ingrediente escénico, significativo e indispensable al carácter espectacular del evento: "Si el ave acompaña esa exhibición con algunos *pasos de baile* pasamos a tener un *espectáculo, un pasaje de la realidad vulgar hacia un plano más elevado*". La aparición del "pavo real" Zaqueu, guarda semejanzas con la misma espectacularidad proporcionada por la visión de este pájaro, cuyo plumaje se abre en un abanico de formas y colores vibrantes, en el sentido de que es también un "*fenómeno inusual destinado a provocar admiración a las personas*", pero con fines distintos a lo que se ve en el universo animal. Su principal 'trampa' es seducir y sensibilizar el público, fundando a través de esta relación, una *forma de comunicación a través de la experiencia estética*. Su apariencia, igualmente impactante como la de las aves, no se constriñe a los efectos visuales ocasionados por el traje, especialmente porque nos parece ficticia e improbable la hazaña de *moverse con él, sin hilos conectados al cuerpo*. Ahí es donde radica doblemente su *esencia espectacular*: en su posibilidad de sobrepasar la realidad cotidiana, aproximándola a las obras y hechos heroicos y al espíritu romántico del seductor/esteta que hace de su vida un gesto grandioso. A partir de estos marcos, la supremacía animal se impone entre dos distintos y excluyentes límites: lo que es *humano (fruto de la intelectualidad y de una intencionalidad)* y lo que consiste en *inhumano (las acciones 'fundamentalmente' instintivas)*, ratificando esta 'superioridad'. En este ámbito, nuestro personaje se aproxima más al segundo referencial, probando ser él mismo una producción del imaginario (de su imaginario) tal cual las obras artísticas, pudiendo 'inadvertidamente' ser 'confundido' con un superhéroe (o una fantasía) que deambula por el mundo tangible. Es tal como puede ser interpretado, como uno de los (varios) sesgos de lo *lúdico*, una

“supresión temporal del mundo habitual”¹⁶⁷ (Huizinga, 2000: 15). Para finalizar, añadiríamos sobre este bias espectacular de *Pirilampo* que,

[...] aquellos que recurren a la apariencia como modo de expresión y de existencia procuran transfigurar sus vidas, creando [...] para sí un mundo y una identidad de sueño. Ellos representan sus propias vidas. Sus existencias son un permanente espectáculo de existencias. [...] narran para sí mismos y para los demás una historia, una ficción que ellos interpretan. Para ellos, el mundo evoca una especie de gran teatro. [...] procuran poetizar sus vidas, acrecentar a la realidad un “excedente poético”. En suma, ellos se inventan a sí mismos, a punto de no saber donde termina para ellos la realidad y donde comienza el artificio¹⁶⁸.

La inclinación natural para las habilidades artesanales, para el trabajo manual, son inequívocamente *praxis* que remontan a los comienzos de la humanidad. No obstante, en la opinión de Huizinga, el impulso creativo inaugural que orienta al individuo hacia estas y otras prácticas exclusivas del campo estético, no pueden ser explicadas estrictamente por el instinto lúdico. El autor alerta para el hecho de que las posturas unilaterales con respecto a cualquier explicación sobre el producto artístico pueden representar una limitación en el campo de investigación estética. Por esa razón, sugerimos que el arte de adornar sea interpretado también como un acto lúdico, sin restringirse a él.

Hemos mencionado que durante su entrevista Zaqueu ha hecho hincapié en un único latiguillo que es *llamar atención*. Cada gesto, cada iniciativa, deberían guiarlo hacia este designio que colmó con su participación en programas televisivos del tipo que 'rastrean emergentes celebridades'. Sin embargo, por detrás de esta presupuesta 'egolatría' que (para algunos) podría constreñir la evaluación de su obra, subsiste el tal lastre *lúdico* que la caracteriza. Valiéndose de lo inusitado, se plantea la diversión del público que se entretiene, además, con la posibilidad de

¹⁶⁷ Una artista brasileña, muy poco conocida por el gran público y de las instancias académicas, Jardelina da Silva, ha dado inicio a su labor con la indumentaria ya cuando jugaba con muñecas. Al hacerse mayor, ha hecho de su 'conocimiento lúdico' una práctica creativa que poco a poco fue siendo perfeccionada en la composición de piezas *vestimentares*, tan excepcionales como ella misma. Jardelina sumergió en su delirio, tal cual Artur Bispo do Rosário, otro brasileño rotulado 'artista bruto', y sacó de éste la fuente de sus creaciones. Pero diferentemente de Bispo, su materia prima no eran los desechos de hospital que él recogía para la confección de estandartes y manteles. Ella recrea vestidos cambiándoles por completo su diseño original, sellando su estilo 'extravagante', caracterizado por mucho brillo y colores fuertes. El carácter excepcional de su persona y de su conjunto indumentar la aproxima, así como Zaqueu, a un mundo fantástico. Para acercarse al texto y a las ilustraciones sobre su obra, cf. SOUZA, Débora de Paula. *A guardiã do mundo* © 1999-2000. Editora Globo. <http://marieclaire.globo.com/edic/ed102/report_jardelina1.htm> [Acceso en: 04 sept de 2005.]. La periodista Débora de Paula Souza cuenta con el artista plástico Rubens Pileggi Sá en la elaboración del texto y Antônio Marcos Bejora, en la documentación fotográfica. Sobre el artista Bispo do Rosário, cf. dos publicaciones, (1) BURROWES, Patricia. *O universo segundo Artur Bispo do Rosário*. Editora FGV, Rio de Janeiro: 1999 e (2) HIDALGO, Luciana. *Artur Bispo do Rosário: o senhor do labirinto*. Rocco, Rio de Janeiro: 1996.

¹⁶⁸ Patrice Bollon, op. cit., p. 229.

coparticipación en sus inventivas, proponiéndole desafíos cada vez mayores en cada etapa de renovación de la apariencia del coche. La correlación entre la competencia, lo lúdico y las artes plásticas, es inequívoca, conforme se observa en el análisis de Huizinga:

(Sobre) la *creación* de las obras de arte [...] la manera como ellas son recibidas por el medio social. En este caso verificamos [...] que la *habilidad plástica* es un *objeto de competición* tan importante como cualquier otro. En la *apreciación del arte* también está presente aquel *impulso agonístico* cuya importancia vimos ser inmensa en diversos dominios de la cultura. El deseo de desafiar un rival a realizar una difícil y aparentemente imposible proeza de habilidad artística viene desde los orígenes de la propia civilización¹⁶⁹. (Subrayados nuestros.).

Pirilampo se aventura por el sendero de lo absurdo, de lo lúdico y de lo extravagante, hasta el punto de rozar el barroco y aproximarse al *kitsch* con su apariencia parpadeante que encanta niños y adultos de cualquier edad o rincón, congraciándolos por la magia de la fantasía, que es la esencia del arte.

Destacaríamos, a modo de conclusión, algunos aspectos de su trayectoria que vale la pena recapitular. Sus exhibiciones públicas despertaron, inicialmente, una reacción negativa en las personas, que con el paso del tiempo y la fuerza del hábito, fue cediendo lugar a una empatía por su imagen y por su obra. Lo que antes era considerado avieso, se tornó 'familiar', 'local', sin todavía desvanecer su atractivo inicial.

Hemos acompañado su relación con el 'desconocido' (el público callejero) y percibimos que hubo un adelanto significativo en la comunicación entre ambos proporcionado por la experiencia estética que implica en la vivencia de la alteridad cósmica (objetual o fenoménica) y personal (la relación de un yo hacia otro).

En este sentido, su aportación al público ha consistido en el rescate de una sensibilidad perdida en medio de una existencia vacía de sentido. Esta sensibilidad le ha hecho despertar valores humanos adormecidos, como la tolerancia, el respeto por las diferencias entre las personas y la importancia de la sociabilidad. La quiebra de la barrera 'física', corporal, es el primer y más importante paso para la práctica de la alteridad personal. Y es por esa razón que hemos hecho hincapié en que el arte y la experiencia estética sean base de la comunicación y del desarrollo personal. A través de esta vivencia, *Zaqueu* ha 'devuelto' a lo cotidiano, muchas veces tedioso y

¹⁶⁹ HUIZINGA, Johan: "Formas lúdicas da arte", en *Homo ludens*. Perspectiva, São Paulo: 2000. p. 188.

árido, la fantasía, la espontaneidad y la convivencia humana a través de lo *lúdico*¹⁷⁰, así como le cupo la delicada tarea de desmitificar la tradicional figura del artista, mostrando que la creatividad es un potencial a ser 'cultivado' por todos y lo indispensable que es ella para 'navegar' (soñar), como lo es también perseguir este sueño.

La importancia del coche en su actividad creadora se observa en toda su habla, que se encuentra llena de referencias a este 'ropaje mecánico'. La explicación que hallamos para tal aprecio se debe a que el trabajo en su 'customización' le sirvió de experiencia para la elaboración de su conjunto vestimentar. El coche le dio el conocimiento técnico necesario no sólo para la confección de este aparato cosmético, sino también para la hechura de cualquier otro objeto de problemática similar. Fue con base a esa correspondencia de contenidos que hemos interpretado los datos proveídos por su plástica indumentar.

Figura 36 – Pormenor de chaleco en napa, con motivo decorativo y el nombre de "Pirilampo" hechos con bombillas encendidas.



¹⁷⁰ En este sentido, lúdico es devaneo: "el juego no es vida 'corriente' ni vida "real". Por lo contrario, se trata de una evasión de la vida "real". (En Huizinga, op. cit., p. 11)



Figura 37. Pirilampo y su coche delante de la catedral de Ilhéus. Detalles de los motivos decorativos del coche, 'encendidos' y de los juguetes 'en movimiento'.



Figura 38. Zaqueu, el *Pirilampo*, crea formas estelares, corazones, líneas de colores con pequeñas bombillas sobre un sombrero y gafas de diseño 'básico'. En las espaldas de una de las chaquetas, la imagen de la catedral de Ilhéus. En la mano y en la cabeza máscaras de niños en las que interviene añadiendo bombillas y pequeños juguetes.





Figura 39. Detalles de la batería, de la disposición de los cables eléctricos en el interior de la ropa (arriba y abajo), del añadido de las piezas a la ropa, del momento en que Zaqueu enciende el sombrero y pormenor de la bota.



- Tío Souza, embajador extra-oficial del *Pelourinho*. Un relato de tipificación consolidada a partir del *candomblé*, culto afrobaiano.

Tío Souza es una de estas figuras legendarias que marcan generaciones y que el tiempo no consigue borrar de nuestra memoria. Desde que se marchó de casa, ya en la niñez, parecía estar predestinado a convertirse en una persona pública muy carismática y con una gran vocación para ser un portavoz comunitario. Las previsiones se han cumplido, hoy su popularidad rompió los límites geográficos y lo tornó uno de los personajes más conocidos dentro y fuera de la escena *soteropolitana*. Sin embargo no son estas las razones por las cuales figura en el escueto elenco de artistas de la indumentaria, sino porque su conjunto vestimentar es un ejemplar de nuestro 'producto cultural' que tiene en la *religiosidad* uno de los trazos más representativos de nuestra cultura (brasileña) y principalmente de la cultura local (baiana). Aunque no traiga consigo referencias alusivas al *candomblé*, ni sea el paramento que se utiliza en sus cultos, está impregnado de su simbolismo confirmado por un relato cargado de vivencias donde la tónica es el respeto que las personas le dedican, confundiéndole muchas veces con una personalidad religiosa.

El azar fue un factor clave en la construcción de esta identidad. Diferentemente de lo que ocurrió con Zaqueu, los acontecimientos de su vida fluyeron naturalmente en esa dirección sin que se percatase, por la convivencia con su tutora y guía espiritual, de quien se hizo nieto por 'simpatía'. Raimunda Chagas, su 'abuela', era una *yalorixá*¹⁷¹ que por su gran prestigio en la ciudad era presencia indispensable en los distintos eventos promocionados por los medios político y cultural. Sus apariciones eran remarcadas por una apariencia faustosa, propia de un personaje de gran influjo, respeto y una manera protocolar inconfundibles que fueron paulatina e inconscientemente incorporadas por su tutelado:

Se hacía necesario que yo fuera incorporando, poco a poco, un tipo de indumentaria propia. En principio eso se dio a través de una *yalorisha* [...] que era una persona extraordinaria, muy bien conceptuada y respetada por las autoridades, religiosos y miembros de la cultura local. Ella era como una 'tarjeta postal' de la ciudad.

[...] yo era una fuerte referencia a su lado, pues era quien la auxiliaba. Ella usaba un báculo de jacarandá, todo clavado en plata y oro. Y por encima, llevaba ricos collares de oro e hilos de abalorios de los orishas.

¹⁷¹ En la jerarquía del *candomblé*, la *yalorixá* (nombre africano, 'madre de santo', en portugués) es la autoridad máxima; es en torno de ella que giran todas las actividades religiosas en el *terreiro*. El correspondiente masculino es el *babalorixá*, el 'padre de santo'.

[...] le acompañaba en todos los acontecimientos sociales, culturales, folclóricos, religiosos. Era persona muy vanidosa, tenía una manera muy particular de vestirse y de comportarse por el hecho de ser 'hija' de *Xango* y *Oxum*.¹⁷².

La constante exposición pública de Tío Souza le ha vuelto un miembro muy conocido del panorama soteropolitano del que se exigía igual dedicación a la apariencia, dispensada por su tutora. Esta constante atención a la imagen fue un ejercicio fundamental para la creación de su *identidad vestimentar*. Sin darse cuenta, fue asimilando gradual e inconscientemente la conducta de su abuela, reflejándose en su vanidad para edificar, tal cual el dandi, un *estilo personal* que sobrepasa la exterioridad:

[...] lo interesante era que yo no me fijaba en ello, que ella estaba bella, bien arreglada y que yo quería ser igual a ella.

Para cada *día de fiesta*¹⁷³ y en las fiestas populares¹⁷⁴, [...] ella tenía de un traje propio, por eso pasé a cultivar el hábito de producirme como ella, hasta que, cuando me hice miembro de la dirección de los *Filhos de Gandhi*, entre los años de 1981 y 1983, fui reconocido como una persona que tiene un vestido y una identidad propios y hoy es así como me veo. Sólo que esta identidad no se limita al traje, ella se refleja en mi comportamiento, en casa, en la calle, en mi ambiente de trabajo. Cuando llego allí lo 'perciben' por el rastro del perfume de pachulí que uso. La ascensorista y el guardia de seguridad confirman a los demás compañeros que me buscan.

Tío Souza nos remite a la figura del dandi por sus modales, actitud siempre respetuosa y ecuaníme hacia las personas, incorporando uno de sus trazos marcados, que es la *elegancia en la conducta social*, teniendo el cuidado de 'no hacerse notar y distinguirse', a la vez, como Paul Valéry bien definía *el sentido de la elegancia*.

Tomándose a sí mismo como referencia del *ethos* baiano, lo interpreta como una amalgama de elementos que se dejan transparentar y que le han permitido consolidar una imagen peculiar, sobrepasando el reclamo de la apariencia: costumbres (la religiosidad), modo de comportarse, de vestirse (sin rigidez formal) y de relacionarse e interactuar con el público:

¹⁷² *Oxum*, dueña de los ríos y cascadas, diosa de las aguas dulces. En el culto afrobrasileño, recibió su nombre de un río de Nigeria, en *Ijexá* e *Igebú*. Es la segunda esposa de *Xangô*, dios del trueno. Es la diosa del oro, de la riqueza y del amor, a ella pertenece el vientre de la mujer y al mismo tiempo controla la fecundidad, por eso también los niños le pertenecen. Diosa de la vanidad y de la belleza, le encanta usar collares, joyas, pendientes de oro. Su color es el amarillo. En el sincretismo religioso está asociada a la Virgen Santa.

¹⁷³ *Fiesta de largo* es un evento campal de origen sagrado que envuelve asimismo acciones profanas, caracterizado por la celebración común entre católicos y adictos del *candomblé*, del día de un determinado 'santo/orisha'.

¹⁷⁴ Algunas de las más conocidas son el *Lavagem do Bomfim*, *Boa viagem*, el *Dois de fevereiro* y el *Hábeas corpus*, que es la gran fiesta que acontece en la Casa Blanca, uno de los *terreiros* más conocidos de Salvador.

Ella me instruía, por medio de gestos, a observar ciertos detalles del culto afro, como estar atento, callarse en su momento, guardar las cosas sagradas.

Observando el comportamiento, el esmero en el aspecto y el hincapié de las orientaciones de su tutora fundamentales en el desarrollo de su percepción y sentido estéticos, esbozó un principio particular de *armonía de apariencia* que se traduce en una *combinación de prácticas, modales y expresión corporal* que dan autenticidad a una persona, contrariando la máxima "el hábito hace al monje", probando que esta *combinación* es lo que imprime, en el vestido, el perfil de su usuario. Ahora bien, al comentar sobre su identidad vestimentar basada en *los fundamentos del culto afro*, corrobora el influjo que ha recibido de su tutora:

(Aludiendo a la imagen personal de su tutora.) Yo creo que comenzó a formar parte de su propio proceso con el *orisha*. Todas sus acciones, las justificaba diciendo que eran para Él. Desde su cuidado corporal, tipo de alimentación, modales, lo hacía todo en su intención. Según ella, 'Él' estaba en primer plano, en su vida, por eso todo ese esmero y así lo fui absorbiendo.

Su relación con la comunidad:

El elemento más destacado en todo su relato sobre la apariencia ha sido *el contacto que ha mantenido con un público heterogéneo*. Accidentalmente tomado por mentor espiritual y líder comunitario, Tío Souza ha encarnado una postura sacerdotal a la que se ven asociadas cualidades como rectitud de carácter, bondad, acogimiento, solicitud, que le permitieron establecer aproximaciones con las personas más fácilmente y crear lazos de amistad más duraderos. Con una mirada larga y profunda, una postura corporal hierática y la apariencia refulgente que le da el vestido blanco, no parece una persona 'real', sino fruto de nuestro imaginario.

Hoy en día es un 'icono del *Pelourinho*' sobre el que pesa la responsabilidad del que representa el título de Embajador del Centro Histórico de Salvador concedido por esta comunidad. Él lo atribuye principalmente a la consolidación del *estilo* con que conquistó una popularidad que se confirma en las aproximaciones, en la calle, en las frecuentes participaciones en importantes eventos para los cuales tiene que estar paramentado y en un homenaje especial prestado por su ciudad natal, *Caetité* (Bahía), que le dedicó un espacio en el Centro Cultural local donde está expuesta su trayectoria de vida. Con una *apariencia destacada* de todo lo que hay en el *Pelourinho*, se transformó en un personaje típico de aquella área con representatividad en otras comunidades autónomas:

He alcanzado una popularidad tan grande que me ha *sorprendido* [...] no se trata sólo de una popularidad de periferia¹⁷⁵, de comunidades, sino 'ser popular' en la totalidad, conocido en todo Brasil y en algunos países, a través de personalidades que han venido a Bahía.

En la casa de cultura de la ciudad donde he nacido, se encuentran datos sobre mi historia; en cada recinto hay una sección de fotos, recortes de periódicos, cintas de video, CD's sobre mí y títulos míos. Jamás he imaginado que podrían aunar un acervo de esta categoría.

La solidez de su notoriedad se justifica por la preservación de un *estilo* particular, de tintes sutiles, que se trasparenta en la serenidad y en la forma siempre amigable de relacionarse con los demás. Es bajo el amparo afectivo de sus habitantes que Tío Souza ejerce su carisma y su ministerio, revelándose un gran articulador político en acciones constructivas para el desarrollo de su comunidad, como la creación de proyectos educativos, de inserción social y laboral, demostrando con eso, ser merecedor su conspicuo apelativo:

La comunidad me ha concedido un título (informal) de Embajador del Centro Histórico, y así soy identificado en los reportajes de los periódicos, medios de comunicación y comunidades autónomas donde voy. Me sorprende al ser llamado "embajador" cuando estoy delante de una autoridad.

Fui invitado a recibir un homenaje en una determinada ciudad y el alcalde se ha referido a mí como "el *embajador* del Centro Histórico de Salvador".

El rastro de su altruismo y simpatía son visibles en las muchas historias y situaciones que han marcado el camino de este funcionario público que, por dedicación, ha vencido causas consideradas perdidas por los propios demandantes. Probablemente el ascetismo heredado de su preceptora, o su pasado al lado de la figura pública que ella simbolizó, sea la explicación para el prestigio que goza entre sus paisanos:

Una mujer (pobre) me buscó en un acto solemne donde el alcalde estaba y llamándome embajador, me pidió que le ayudase a mejorar de vida. Le dije que buscara al alcalde y le dirigiera su solicitud en mi nombre. Le instruí sobre lo que decir, usando los términos (apropiados) y así lo ha hecho.

¹⁷⁵ El término *popular* se refiere a los que viven en la periferia o suburbios y pertenecen a una parcela de la población de baja renta.

El indumento:

Su vestuario es una reiteración del blanco 'variado' en piezas, o por el incremento de un detalle (en el traje) como un bordado, o accesorios como el *filá*¹⁷⁶, collares y su indefectible báculo, que le confiere una postura *especialmente* hierática. Tío Souza ha logrado totemizar la paz en el indumento y diseminarla por todos los tipos de eventos y acciones, sean ellos de carácter protocolar, lúdico o laboral, cuando está a servicio de los “Filhos de Gandhi”, donde se pone invariablemente albo (cf. Figura 40).

Su *concepción* de color (6), rebosada de espiritualidad, es una herencia histórica y cultural que se manifiesta en nuestro sincretismo religioso y, que en su caso, es una alusión a su creencia. *Color* es para él *energía* que el cuerpo pone en movimiento, al gesticular, caminar, bailar o al 'incorporar una entidad':

(1) Los foráneos me piden permiso para sacarme fotos, me dicen que soy interesante, que transmito una fuerte energía, me cuentan sus problemas, piden para que mentalice positivamente en beneficio de la hija que está embarazada no sé dónde, para la mamá que está enferma, para alguien que va someterse a una cirugía, para alguien que tiene dificultad en conseguir un empleo...

(2) Una chica baiana que vive en Inglaterra, me considera su consejero espiritual, aquí, en Salvador.

(3) Las personas me tienen por un sacerdote, un líder espiritual.

(4) Ellos (refiriéndose a los forasteros) me ven diferente en todo, es la primera cosa que me dicen. Se acercan a mi pensando que soy una persona con poderes sobrenaturales, un guía espiritual. Me consultan, conversan, me piden la bendición.

(5) Yo uso mucho el blanco, uso vestido liso, en *azul y blanco*. Me gusta también el *bordado* como el que has visto en el traje con que me has fotografiado; yo diría, (refiriéndose al traje) que él es un elemento que compone mi persona.

(6) Yo concibo los tres colores que uso como energía. El traje es en azul (el azul 'francés', lo que es muy claro) y/o blanco. Me siento muy bien con ellos, otras energías vienen del rojo de tono vino y el amarillo oro (que adopta en los detalles).

¹⁷⁶ Accesorio de cabeza del traje tradicional africano (Senegal, Costa del Marfil), que suele componer los vestidos de ceremonias de gran parte de los países subsaharianos. En el *Tesouro de Folclore e Cultura Brasileira* consta que es una "capucha cónica, tejida en paja de la costa, con largos flecos al borde de la base. Compone la indumentaria del orisha Omulu. (cf. en la web: <<http://www.cnfcp.com.br/tesouro/00000802.htm>>) [Acceso en: 04 jun 2008] Sin embargo, el significado propuesto por Tío Souza y que corresponde al que conocemos, es una "toca utilizada por algunos mediuns de la *umbanda* o *candomblé* (cf. en la web: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Fil%C3%A1>>) [Acceso en: 04 jun 2008]. Umbanda, al lado del *candomblé*, es un culto afrobrasileño muy extendido en Bahía, en que están mezclados elementos del *candomblé* y del espiritismo kardecista.

Estos colores sí, poseen relación con los orishas del culto afrobaiano, pero también con el sentido que le da el cristianismo, como por ejemplo, los que son atribuidos a *Santa Bárbara*, *San Jorge* y *Santos Cosme y Damián* que en el sincretismo corresponden a los orishas, *Oxum*, *Oxóssi* y *Omulu*, aunque sus colores no concuerden entre sí. Por eso que cuando hablo sobre color, es más bien *energía*, 'aura'. Para mí, los colores que uso son *colores-energía* que me identifican tal cual el aura, así, al ponerme en amarillo es como si mi aura vibrara reluciendo este color, sucediendo tal cual a los *chacras*.

La interpretación que hacen del conjunto *indumentar* de Tío Souza, asociándolo a una figura religiosa, pone de relieve dos importantes aspectos de la indumentaria: uno, como *producto cultural* (así como las demás indumentarias aquí tratadas), el otro, es más bien una 'función' *mágico-religiosa*. El primero presupone la presencia, en el vestido, de elementos materiales e inmateriales de la cultura a la que está vinculado. Ambos están interconectados en su apariencia y son reconocibles en su gestualidad que denuncia una postura reflexiva, comedida, típicas de un ermitaño. Partiendo de estos datos manifiestos en su vestimenta, al observador no le queda duda de que él se trata de una persona con dicho perfil.

La explicación para estas sospechas está en las referencias culturales basadas en nuestras tradiciones religiosas de origen africano, patentes sobre todo en los *adornos* como amuletos y collares hechos con los colores de su 'santo' (orisha) y que le reservan funciones mágicas y *protectivas*.

Por otro lado, entendemos que la vinculación que establecen entre Tío Souza y los iniciados en el culto afrobaiano (el *candomblé*) viene de la costumbre con que se visten de blanco (especialmente en los viernes) y usan los mismos atributos de su conjunto vestimentar. Dicha correspondencia es tan común en la capital, que solemos comparar alguien a que se ve todo de blanco, por la calle, a un "padre/madre o hijo/a de santo", usando esta expresión muy popular entre los baianos. La diferencia de 'nuestro embajador' con estos reside primordialmente en su *estilo* y en la *constancia* con que se atavía de este color, transformándolo en un *hábito* y un *icono*. A pesar de que sus vestimentas ostentaran algunas afinidades con los paramentos del culto, ellas no son 'en rigor' lo que se utiliza en sus ceremonias.

La asociación de Tío Souza con la de un afiliado al *candomblé*, trae a la superficie la problemática de la decodificación de la apariencia, para la cual es menester conocer los códigos aplicados en su concepción. En este caso, concretamente, es necesario enterarse de la simbología

de la cultura afrobaiana o pertenecer a ella, para identificar sus elementos más representativos. El ejemplo de Tío Souza nos reorienta hacia una de las cuestiones formuladas en el principio de este trabajo, sobre cuáles serían los elementos de nuestra cultura presentes en la estética indumentar que le permitiera ser reconocida como un producto cultural y en qué medida este dato es relevante en su acogida por el gran público.

Sobre esta base cultural Elizabeth Wilson añade un *enfoque antropológico* muy pertinente a la situación propuesta, mostrando la conexión que hay entre el modo de vestir, magia y ritual, argumentando que “el vestuario [...] descende de un pasado remoto religioso, místico y mágico, relacionado con el ritual y con la devoción”¹⁷⁷. La autora atribuye la propiedad mágica de piezas ornamentales y del vestuario a un largo recorrido en su forma de utilización que parte de lo sagrado hacia lo profano, situando al individuo en relación con los espíritus, las estaciones, los ritos de fertilidad, las cosechas, las celebraciones. Al examinar esta correspondencia, subraya que *la manera de vestir* también ha pasado por el recorrido del ritual al hedonismo, así como las artes del espectáculo (el teatro, la danza y la música), entre las cuales *la forma de trajearse* puede ser incluida. Su análisis nos permite comprender la función mágica que la vestimenta o el adorno ocupan en los tiempos actuales, cuyo ejemplo clásico, en Brasil, se verifica en el uso simbólico del color blanco del traje de nochevieja, que para los supersticiosos es promesa de 'buenos presagios' para el año venidero. Según E. Wilson, la constatación de esta peculiaridad mágica sobre el vestuario pone en evidencia la abundante fuente de *comportamientos irracionales* que gravita al su alrededor. No obstante, hay que ser cauteloso para no emitir un juicio equivocado y confundir religiosidad con superstición (o irracionalidad), o 'cada pieza del conjunto cosmético de un religioso podrá, en algún momento ser interpretada como talismanes, no como objetos de fe y de gran valor simbólico', como lo son, de hecho.

El título de *Embajador del Centro Histórico* conferido a Tío Souza, por la comunidad local, afianzado en las cercanías y su influencia sobre distintos estamentos sociales son verificadas en el poder que goza como miembro de uno de los más sobresalientes 'afoxés'¹⁷⁸ de la ciudad, los Filhos de Gandhi:

Cuando me hice miembro de los Filhos de Gandhi, ocupé la posición de Relaciones Públicas y [...] otros cargos. Fui invitado a participar de varios proyectos de acción social, en la ciudad [...]

¹⁷⁷ WILSON, E., op. cit., p. 79.

¹⁷⁸ [Del *yoruba*] Cabalgata de naturaleza semirreligiosa y que, en carnaval, desfila cantando y bailando, pero sin mezclarse con otras manifestaciones carnavalescas. (En BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.).

inclusive en barrios de periferia. Después me hice miembro de la Federación de los Clubes Carnavalescos, [...] *a partir de eso las cosas fueron aconteciendo.*

En el momento en que he pasado a residir aquí, en el Largo del *Pelourinho*, he puesto una banderita 'del Gandhi', en el balcón (se refiere al balcón de la sede de los Filhos de Gandhi) y que *simboliza la paz*, como es *hábito* mío hacerlo en cualquier sitio adonde estoy. Las personas empezaron a llamarme embajador, fue un periodo de mucha proliferación de vendedores ambulantes [...] *todo el mundo se comunicaba conmigo.* Me dijeron (gente de la comunidad) que *solo yo tenía como registrar y controlar a toda esa gente.* Pasé a reunirla en la sede del Gandhi, era su portavoz frente a las autoridades, hasta que la propia UNESCO publicó en su revista, no me acuerdo si fue en 1997 ó 1998, el titular "Salvador, Recife y Olinda celebraron el carnaval de la paz" y enseñaban a mi y a Daniela Mercury¹⁷⁹ como embajadores.

Su actuación en los Filhos de Gandhi ha facilitado significativamente la divulgación del noble título de embajador. Sin embargo, otros acontecimientos paralelos asimismo han tenido su participación en ello, como su implicación con altos dignatarios del gobierno y figuras representativas de diversos sectores de la sociedad que han consolidado directamente un calificativo que le surgió espontáneamente y lo incorporó a su 'identidad'. Equiparado al más alto escalón de la sociedad *soteropolitana*, su presencia ha sido igualmente reclamada a lo largo de estos años, en importantes momentos de la historia de la ciudad y de la vida privada de ciudadanos ilustres:

[...] el Gandhi celebró sus cincuenta años en el año 1999 [...] yo dirigí todo este proceso junto con Gilberto Gil y esto fue pasando así, de boca a boca: 'embajador, embajador'.

[...] en la condición de embajador, he participado de la recepción [...] al presidente de Alemania, a la reina de Dinamarca, al presidente de Argentina, Carlos Menem, Fidel Castro. Asimismo de una comida con los ministros de lengua portuguesa, eso fue cuando Bahía celebró el Día de África, que es el 25 de mayo y se hizo una gran fiesta. [...] he participado en muchos eventos no sólo aquí, (en Salvador) sino en todo Brasil.

[...] ya he perdido la cuenta de los encuentros en que he participado, de los seminarios, congresos, circulo de palestras, encuentro con personalidades importantes, autoridades relacionadas a la cuestión de la *negritud*¹⁸⁰, a la cultura, al arte, etc.

[...] participé del inicio del proceso de beatificación de hermana Dulce.

En una cierta ocasión, me vino un miembro del cuerpo personal de protocolo del gobernador y me pidió que hiciera el favor de recibir al gobernador que iba llegar para firmar un convenio para la restauración del *Pelourinho* y lo hice. Es así que las cosas acontecen.

¹⁷⁹ Cantante baiana de proyección internacional, galardonada con el premio Príncipe de Asturias en el año 1999.

¹⁸⁰ Término creado por el poeta martiniqués, Aimé Césaire (1913 – 2008), en el año 1935, para la revista "L' étudiant noir" ("El estudiante negro") y que designa "la conciencia de ser negro". Se trata, precisamente, del conjunto de valores culturales y espirituales propios de los negros y reivindicados por ellos. Cf. en la web: <http://www.larousse.fr/ref/contrib/Aime-Cesaire_11001000.htm> [Acceso en: 07 jun 2004].

La imagen vestimentar bien consolidada (comprendiéndose por imagen el binomio *persona y su conjunto cosmético*) asume un talante icónico que le posibilita ser reconocida en cualquier lugar o contexto. Equivale a decir que la íntima coordinación entre indumento y usuario 'remite' uno al otro. El relato del profesor Antônio A., sobre una situación vivida con un funcionario de la universidad donde trabaja, ilustra bien este argumento: "Me fui de compras al mercado, un sábado, y estando allí escuché a alguien llamándome insistentemente. No le hice caso porque no reconocí la persona, de inmediato. Era un hombre, se arrimó y me indagó si no estaba reconociéndole, a lo que le contesté que de pronto, 'no'. Yo le veo a menudo en la universidad, sin embargo, con su uniforme de trabajo, que es un mono azul. Aquél día él iba con una ropa 'común' y, además, tanto el local como la circunstancia eran adversos para ambos. Yo estaba acostumbrado a verlo en el mismo sitio y ataviado siempre del mismo modo, con el tal mono".

El peluquero Oliver, uno de los entrevistados, usa un peinado hecho con abalorios coloreados, que es su 'marca registrada', también confirma este argumento, declarando que en una determinada ocasión salió sin los abalorios y las personas no le reconocieron. Semejante situación ha vivido nuestro 'embajador' que un sinnúmero de veces ha atendido cordialmente solicitudes para representar Salvador.

No puedo estar 'descaracterizado'. Por ejemplo, si estoy sin cobertura (se refiere al uso de su *filá*) me miran y me dicen: "tío Souza, no es Ud.!". Esto me dicen los que ya me conocen.

Él dice haber perdido la autonomía sobre su albedrío, a punto de verlo cercenado con 'pormenores' de la vida ordinaria, como el hecho de no poder vestirse a su gusto sin estar sujeto a la imagen indumentar que él mismo ha creado, o incluso, verse obligado a redoblar la atención sobre su conducta en lugares públicos, con tal de mantener el perfil hierático que le han imputado.

[...] si estoy cabizbajo, un guía turístico u otra persona se aproxima para preguntarme lo que está pasando conmigo. Ellos tienen que verme siempre con la cabeza erguida, avivado.

Ya no puedo ponerme más unos pantalones cortos, [...] ya no puedo vestir ni una camiseta de malla. Se extrañan si me ven en una batucada, bailando, o con un vaso de bebida en la mano. Pienso que ya estoy patentado.

[...] si voy pasando por alguna tienda aquí, en el *Pelourinho*, alguien me llama para entrar, diciéndome que hay una tal pieza perfecta para mí y que la puedo pagar después, es así que me produzco.

En una ocasión, Wanda (se refiere a la reportera Wanda Chase, de un canal local, de TV) estaba haciendo un reportaje "Personajes del *Pelourinho*" y me pidió que fuera a casa ponerme un traje *afro*, porque yo estaba con un vestido normal, de trabajo. Pues tuve que retornar a la TV para grabar el reportaje.

Tío Souza jamás podría prever que al crear una imagen personal él iba tomar para sí responsabilidades de 'anfitrión' velando por la vida sociocultural de la colectividad. Aunque no se hubiese preparado para ello, tuvo que readaptarse a un estilo de vida intranquilo, como cualquier celebridad.

Todos creen que porque estoy aquí (en el *Pelourinho*), debo estar siempre disponible para recibir a celebridades que llegan, como si esa fuera una responsabilidad mía.

O entonces me llaman diciendo que el senador quiere que me vaya al aeropuerto con un grupo o sólo, para recibir '*no sé quien*' que va llegar con él.

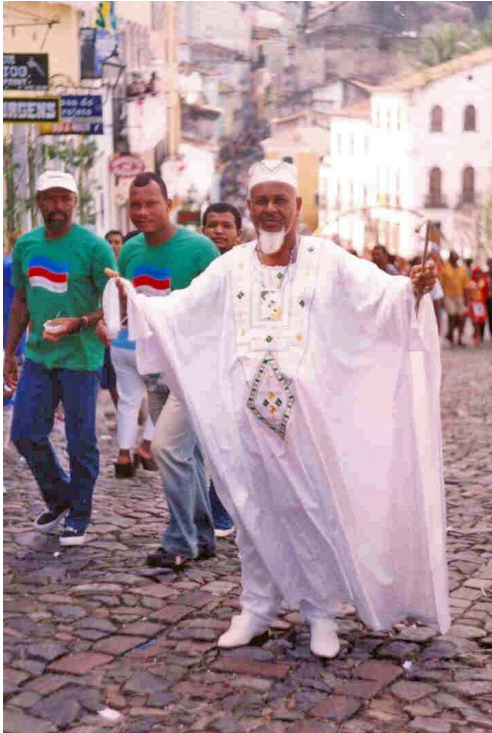
Los homenajes que le rinden son asimismo una prueba de la consideración y respeto por la persona que él representa para la sociedad:

[...] un maestro de *capoeira*¹⁸¹ radicado en los Estados Unidos, de paso por aquí con un grupo de alumnos suyos [...], promovió un gran encuentro y me invitó en la condición de embajador. En aquella ocasión me concedió el título, me homenajeó con todas las honras de Embajador del Centro Histórico con un documento muy bello. La Iglesia también me lo hizo, a través de D. Egidio, un obispo auxiliar negro que tuvimos aquí, que siempre hacía referencia a mí.

Tío Souza nos revela una forma de identidad indumentar que se construye de fuera hacia dentro, a partir de la convivencia diaria con un ambiente religioso que ha 'tallado' esa identidad y que representa la mayor parte de la historia de su vida.

¹⁸¹ Especie de lucha traída por los negros africanos en el periodo de la colonización, que se caracteriza por una serie de movimientos de piernas y brazos en el aire cambiados entre dos oponentes, hechos al sonido de música producida por instrumentos de percusión como el *berimbau*, el *atabaque* y el *agogô*. Ahora bien, para luchar la *capoeira* es necesario formarse un grupo que es compuesto por dos luchadores (llamados *capoeiristas*) que en las presentaciones públicas se relevan en parejas y los músicos que entonan cantos de inspiración africana.

Figura 40. Tio Souza, en dos momentos de la fiesta del *Dois de julho*: sólo, en el Pelourinho, y acompañado por chica disfrazada de indígena, durante el recorrido de la cabalgata, con su traje africano, báculo, *filá* en la cabeza y adornos (collares, pulsera y anillos), atributos inmanentes a un jefe espiritual del *candomblé*.



- La marcha protesta de Jaime Figura.

“Caminar es tener falta de lugar. Es el propio proceso indefinido de estar ausente y a la búsqueda de uno mismo. La erradumbre, multiplicada y reunida por la ciudad, hace de ella una inmensa experiencia *socia*”. (Michel de CERTEAU)¹⁸²

Clasificar, conceptuar, sistematizar, son algunas de las extensas atribuciones de los científicos e investigadores, no obstante a veces resulta difícil llegar a una terminología exacta o aproximada acerca del objeto o fenómeno estudiado.

En la esfera artística, sobre todo en la escena postmoderna, estas dificultades se verifican cuando se busca localizar el término adecuado a una actividad dada o expresión ajena a los parámetros institucionales. En lo que concierne a las *artes del cuerpo*, los referentes teóricos actuales aplicados durante el proceso de identificación de algunas manifestaciones artísticas vinculadas (estrictamente) al uso del cuerpo, continúan siendo aquellos que les dieron origen en las décadas de los 60 y 70 (body art, happening, performance) e incluso en tal situación, estudiosos como el prof. Alvaro Moreno Hoffman, se curvan a la problemática terminológica, a ejemplo de lo que nos muestra en su programa de curso intitulado *Acciones y lugares*: “La performance y las artes vivas, dada su naturaleza fluida y compleja, son artes difíciles de definir, clasificar, planificar, racionalizar, mostrar, evaluar o vender. Se trata de un conjunto heterodoxo de actividades cognitivas y creativas que exige una visión ampliada, espíritu crítico y continuamente nuevas estrategias para ser teorizado, estudiado, practicado, presentado y documentado”¹⁸³.

En este ámbito estético, han sido muchos los desencuentros hacia una terminología *satisfactoria* a este o aquel *contexto* o *modalidad de actuación*, un problema que se explica, en parte, por la naturaleza *multifacética* de tales prácticas dada por la ecuación conjunta de las *acciones cotidianas* (objeto de estudio de la *etnoescenología*) con la herencia de la *escena*, *danza*, *música* y *artes plásticas* (e. g., las antropometrías de Yves Klein). Pero esta imprecisión terminológica, en nuestro punto de vista, asimismo se justifica por la *carencia de un estudio compendiado y reestructurado de obras más recientes*, cuyo adelanto beneficiaría el debate, el entendimiento y la divulgación de prácticas artísticas que utilizan el *vestido* como principal núcleo de creación.

Identificar, en este medio, el paradigma más apropiado a la obra específica de Jaime

¹⁸² de CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Vozes, Rio de Janeiro: 1995. p. 183. (Subrayado nuestro.).

¹⁸³ Cf. en la página web: <<http://site123.mysite4now.com/alvaro/moreno/accion/prog2004.htm>> [Acceso en: 08 oct de 2006]

Figura, no fue una tarea tan fácil porque teníamos que partir de sus relatos, no de especulaciones. A lo que presumíamos como una modalidad de performance era, según nos ha aclarado, una *marcha protesta*.

Nuestro equívoco se justifica, en primer lugar, por las semejanzas (aunque parciales) de su obra con la performance, por la condición esencial para su efectividad, que es *el uso del propio cuerpo del performer como núcleo de investigación artística*, conforme aclara Glusberg (1987). Este requisito presupone una *asistencia* (como parte del proceso de realización de la performance) resultante de la condición *espectacular* del evento, término este tomado aquí en el sentido de “todo aquello que atrae y retiene la mirada, por su cualidad inusual, sea persona, cosa o situación”.

No obstante, el relieve que la obra de Jaime o de cualquier otro creador logre alcanzar en el escenario cotidiano, no puede ser justificado por su carácter estrictamente inusual, pues no sería un argumento suficiente para acreditarla como *obra*. Su naturaleza *espectacular*¹⁸⁴, al contrario, es a nuestro entender, suficiente para legitimar su valor estético. El propio término, en su acepción más corriente, trae consigo la idea de algo especial, fuera de lo común y que conduce a un estado de encantamiento. Es sobre este aspecto de su obra que hacemos hincapié, pues al nombrarla *espectacular* la reconocemos como un 'fenómeno estético' que posee una carga semántica y simbólica, no como una expresión sobre la que se pueda atribuir cualquier juicio de valor.

La vinculación de la performance y de la estética vestimentar con las *representaciones escénicas* (a cielo abierto), es una equivocación fácilmente comprensible porque ambas usan el cuerpo como un instrumental dotado de dramaticidad que se aviva en función de las circunstancias ambientales donde se manifiesta, rindiéndose y haciéndonos rendir ante lo imponderable y lo imprevisible de los hechos y situaciones cotidianas. Jaime y los demás colaboradores, nos han probado que 'lo diferente' suscita en 'el otro' una reacción pasmosa ocasionando un campo de fuerzas análogas, a ejemplo de lo que sucede con una superficie reflectante cuya imagen proyectada es devuelta con igual intensidad. Más adelante esto será confirmado con sus comentarios respecto a la reacción de las personas a su conjunto indumentar.

Las correspondencias entre su trabajo con la performance podrían seguir indefinidamente, pero no sin el riesgo de en algunos momentos 'forzar' afinidades. El motivo más justificable para dicha relación se encontraría en el hecho de que en ambos procedimientos se nota una

¹⁸⁴ Empleada en el sentido usado por Armindo Bião para quien la espectacularidad significaría un intento de transformar, organizar y comprender la sociedad, reivindicando nuevos posicionamientos (Oitica) que lleven a la busca de un mundo mejor. [V. el extracto original a partir de su TESE.] (BIÃO, Armindo. “*Théâtralité*” et “*spectacularité*” – *Une aventure tribale contemporaine à Bahia*. Tesis doctoral inédita. Universidad René Descartes Paris V Sorbonna, Paris: 1990.)

aproximación de ciertos *conceptos y temáticas recurrentes* en obras performáticas y curiosamente identificadas en la marcha de Jaime, como las que incluyen *la exaltación de las calidades plásticas del cuerpo* (cf. Marina Abramovic); *experiencias con figurines inclinadas hacia situaciones exteriores* (cf. Tina Girouard, Eric Metcalfe); *las relaciones del cuerpo con el espacio en que la correspondencia entre artista y el público prevalece sobre la reivindicación 'estrictamente' corporal* (v. Dan Graham, Kaprow), así como *la masificación en el núcleo de ciertos programas sociales* (Vettor Pisan, Bob Kushner, Leopold Maler, Marta Minujin, Stuart Brisley, Hervé Fisher).

A pesar de la alusión anticipada sobre el aspecto contextual de la performance ilustrado en estos proyectos, nuestro interés en mostrarlos no fue otro sino buscarles alguna aproximación estética con el trabajo de Jaime.

Cuestionado sobre la categoría en que lo inscribiría, utilizó el vocablo *marcha* en vez de performance o actuación. Por *marcha* conocemos la *acción de caminar*, como consta en los diccionarios, pero en la búsqueda por el sentido del término aplicado al arte, lo hemos localizado en Juan Villegas¹⁸⁵ y Roberto Da Matta. El primero, un estudioso de la Performance, en un debate respecto de cuál sería el término más ajustado para dirigirse a la 'diversidad de situaciones representacionales' (entre las cuales cita el carnaval y la *marcha protesta* como géneros expresivos latinoamericanos), él sugiere 'teatralidad' o 'discurso teatral', asumiendo de este modo, una postura renuente al autoritarismo de una cultura (en el caso, la anglosajona) sobre otra (en este caso, la castellana). Villegas deja trasparentar en su discurso, que la *marcha protesta es una categoría teatral* y como tal merece ser analizada según los mismos parámetros adoptados a cualquier expresión inscrita en esta categoría. La vinculación de la *marcha* con el universo escénico sugerida por el autor, abre un precedente para que se califique no sólo a Jaime, sino a los demás encuestados como potenciales *actores cotidianos* y a su vestido como 'pieza fundamental en sus interpretaciones'. De todos modos, el atavío inusual deja a sus usuarios vulnerables a todo tipo de mirada que *de per se* justifican la excepcionalidad del 'fenómeno'.

El sociológico brasileño Roberto Da Matta, en su investigación sobre la relación dialéctica, el proceso ritual y de simbolización de algunas *formas básicas de desplazamiento* ocurridas en el contexto cotidiano callejero, destaca la *marcha* como parte de estas últimas. Buscando desvelar el punto de origen de algunos de estos desplazamientos, él se cuestiona si hay una correspondencia crítica entre los dominios sociales y los roles, ideologías, gestos y objetos incluidos en ellos. En el

¹⁸⁵ Citado en el artículo del investigador Antonio Prieto "La traducción transfronteriza de la performance": <http://hemi.ps.tsoa.nyu.edu/eng/seminar/peru/call/workgruop/perftheraprieto.shtml> [Acceso en: 30 oct 2005]

camino hacia el análisis de esta hipótesis, su aportación de una *tipología*¹⁸⁶ para las marchas ejercitadas en lo cotidiano (la marcha ritual y la marcha cotidiana) ha resultado una valiosa contribución, porque traduce (la primera) las situaciones vividas por quien 'concibe su propia marcha, cumpliendo un ritual en el que la apariencia es la consumación de un bosquejo mentalmente elaborado' y por el que la asiste. Podríamos aseverar que Da Matta también emparenta esta práctica con la esfera dramática, pues comprende que fuera del ambiente doméstico vivimos papeles sociales y en tales circunstancias, el conjunto vestimentar se muestra un componente esencial de la apariencia, porque es la envoltura de la individualidad.

En el tránsito de la casa hacia la calle, *vestirse* para cruzar de un territorio a otro es *un ritual* que los brasileños se proponen cumplir diariamente, señala Da Matta. Todavía en la calle, esta *marcha cotidiana* asume un carácter *funcional, racional y operacional*, pues posee un *objetivo específico*, que puede ser el trabajo, la compra, el negocio o el estudio. Él llama atención sobre el cuidado en 'ponerse públicamente presentable', en 'arreglarse para la exhibición pública'. Si hay una marcha a que se le puede identificar como *funcional*, hay otra para hacerle frente, que es la *marcha ritual* que Da Matta define teniendo en cuenta sus elementos estructurales y su empleo. Aquí, objetivo y recorrido están relativamente equilibrados en razón de una 'meta' peculiar: en la marcha ritual, la búsqueda no es por algo 'palpable o cuantificable' como en el ejemplo anterior, sino todo lo contrario. Son para él, 'bendiciones, curaciones e indicios de fe' a las que amplificamos con acciones socialmente compartidas, como 'fraternidad, solidaridad, diálogo y afinidades'. "En el mundo dislocado del rito y de la conciencia, ocurre [...] un contraste fundamental: *es la marcha que se torna importante*; más que el punto de partida y de llegada (preponderantes en la marcha funcional), ella

¹⁸⁶ El movimiento frenético de lo cotidiano (sobre todo) en las grandes ciudades que marcan el recorrido de casa hacia el local de trabajo y viceversa, es el periodo en que tráfico y tránsito son muy intensos. Da Matta se refiere a esta peregrinación como 'marcha funcional'. La "procesión", a la que clasifica de "*variación* básica del viaje peregrinatorio", es una *marcha hacia delante* y se distingue de la primera por poseer un *direccionamiento*. La explicación que él ofrece para el término 'variación' se fija en dos diferentes movimientos, uno (habitual) marcado por el desplazamiento de los fieles hacia el *centro* (citando a Turner) y este otro, que es su variante e inversa, donde el *centro* (representado por la imagen del santo o de la virgen) viene a su encuentro, saliendo de su nicho sagrado en el templo". (Da MATTÁ, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. Guanabara, Rio de Janeiro: 1990. p. 84). [Traducción de Catarina: "Carnavales, malandrines y héroes: para una Sociología del dilema brasileño.]. No obstante, lo que es relevante para nosotros en términos de correspondencia entre *el núcleo de la marcha* (la imagen sagrada, en este contexto) y *el público* (aquí representado por devotos) es *el papel de la mirada* en la fundación de un nuevo campo *social*, ocupado por la imagen que marcha por encima de todos, atrayendo para sí toda la atención. Da Matta nos enseña, además, que aquellas personas se ven hermanadas por un mismo sentimiento (por lo menos temporalmente) en función de un 'ente' que es el santo, o la virgen. En aquel momento él (o ella) es el responsable por diluir el espacio *social* entre las personas y establecer un nuevo tipo de solidaridad que es la 'tactilidad mística'. Trazando un paralelo con la estética vestimentar de calle, el foco de la marcha es representado por 'el peregrino', Jaime Figura (ejemplo que se extiende los demás creadores de la estética vestimentar) y el público (*los transeúntes*), de cuya mirada él depende para que su creación *se haga obra* y a través de ella se funden lazos sociales. Para una ampliación sobre esta tipología, cf. Da MATTÁ, op. cit., pp. 82-88.

pasa a ser el elemento realmente ritualizado y por eso pleno de conciencia”, afirma. Bajo esta perspectiva, el caminante se 'despersonaliza' (una vez que abandona el ambiente doméstico, donde se desarrolla como *persona*) y se vuelve un peregrino¹⁸⁷.

Ritual, es asimismo como podríamos designar la marcha de Jaime Figura, no en el sentido místico descrito arriba, pero en otra acepción sugerida por Da Matta que concibe el rito *como un vehículo básico en la transformación de algo natural en algo social*. El *caminar*, en esta mutación, sería el componente natural a que remite, 'una acción humana habitual conmutada a la categoría social' porque condensa algún aspecto, elemento o relación que pone (en el caso de Jaime) la 'marcha protesta' en destaque. El componente dramático, trazo distintivo de lo ritual es lo que le da individualidad: “el rito no se define solamente por la repetición [...] ni por una fórmula rígida” (Da Matta, 1990: 31), en principio todo puede ser ritualizado siempre que en tal proceso se ponga más énfasis en los *contrastes* que en la *sustancia* a la hora de establecer los paradigmas, nos orienta. Partiendo de esta premisa, todo lo que es susceptible de personificación, es también vulnerable a la ritualización, pero es importante mencionar que los paradigmas a que él se refiere provienen del universo ordinario, cuyo antípoda es el universo fantástico. Da Matta construye dos diferentes contextos en que el *darse las manos* es el *modelo* de una *acción trivial* que pasa por un proceso de ritualización: en un encuentro entre dos jefes de Estado, el apretón de mano abandona su carácter funcional (de práctica extendida en los encuentros cotidianos) y asciende a un nivel simbólico cuando es “alusivo de la amistad entre las poblaciones, de la franqueza que debe guiar las relaciones entre países, de la esperanza de vivir en un mundo de paz y concordia” (Ibíd.: 32). El ejemplo nos posibilita estimar el valor que el rito posee como restaurador de la vida en sociedad, revelándose como un poderoso instrumento de reflexión, cambio y liberación de las conciencias individual y colectiva (cf. Oiticica, 1986). Ampliando esta apreciación a *la estética vestimentar de Jaime*, vamos a comprobar en sus declaraciones, el cambio que ella ha ocasionado en la percepción y en el comportamiento del público, en dos diferentes periodos de su marcha, *antes* y *después* de volverse conocido: de la renuencia inicial, Jaime pasa hoy a vivir la acogida de su marcha como una acción estética legítima, y por qué no afirmar – *ritual, simbólica* –, introduciéndose en el mundo natural como un hecho 'extraordinario' tal cual ocurre con los *ritos*, recordando a Da Matta: “no hay sociedad sin la idea de un mundo extraordinario” (Ibíd.: 33), y también *simbólica* porque se constituye en “el aspecto dominante de la creación” (Maffesoli, 1996: 339).

¹⁸⁷ Da Matta, op. cit., p. 83, adaptado. (Subrayado nuestro.)

Una vez aclaradas las equivocaciones iniciales y prescrita la categoría en que la obra de Jaime Figura se sitúa, partimos hacia la exposición de su marcha, sus orígenes, fundamentos y lo que ella representa como *obra moviente* en un espacio anónimo, como es el escenario urbano, a partir de sus declaraciones que fueron eventualmente entrecortadas por comentarios nuestros sobre los datos más simbólicos y representativos para este estudio.

La trayectoria artística de Jaime Andrade Almeida, popularmente conocido como Jaime Figura, fue marcada por la casualidad. Sin modelos en que pudiera espejarse, nos ha concedido como único dato concreto de su contacto con el arte, el hábito paterno de escuchar música, en casa, cuando aún era niño y que en la madurez influyó en sus *experimentaciones musicales*.

Sus primeros tanteos en las artes plásticas se dieron de forma lúdica y sin pretensiones, a través del dibujo, después de ingresar en una empresa de grabado donde trabajaba como técnico impresor. En este ambiente favorable al desarrollo de la creatividad, Jaime se sintió cómodo para exteriorizar su gusto por 'metamorfosearse' valiéndose del atavío como instrumento lúdico. Y sin el compromiso de hacerlo una expresión, logró crear para sí un estilo indumentar que resultó en el apodo dado por sus compañeros de trabajo ante las renovadas 'estampas' con que se presentaba al trabajo diariamente y con el que hoy es conocido en toda la ciudad: Jaime *Figura*. Así se ha originado la 'transformación de su vestuario', que del punto de vista contextual encuentra una correspondencia perfecta con la *marcha protesta*.

Llamar 'figura' a un individuo es una costumbre (argot) extendida por el territorio nacional. El epíteto se rebasa en el comportamiento social de aquellos que revelan una postura inusual, sea en el campo teórico o en la vida práctica. Tratándose de Jaime, esta idiosincrasia encontró en el universo vestimentar el terreno propicio a la reinención de la apariencia, permitiéndole que hallara en esta *praxis*, una *forma particular de engalanarse*, inspirándose en cada aparición, con un par de zapatos de distintos colores y pantalones y camisa en tonalidades igualmente disimiles de las demás partes del conjunto: "las personas se referían a mí diciendo, 'este Jaime es un figura', eso en función de mis trajes. Me gustaba poner zapatos de un color, pantalones de otro y trajes muy coloridos". A pesar de las distintas tonalidades empleadas en cada componente del vestuario, Jaime nos ha asegurado que él perseguía, sobre todo, el principio de armonía de conjunto.

La marcha protesta, surgida en una fase posterior, es un trabajo *autobiográfico* derivado de una experiencia que cambió radicalmente la calidad (material) de vida de Jaime, ocasionándole un

profundo sentimiento de rebeldía, que le impulsó a volver público los problemas ulteriores de su nueva condición social:

Yo cobraba todo el mes, tenía mi 'pasta', mis rendimientos, entonces todo aquello se había acabado, entonces empecé a romper mis trajes, mis vestidos 'sociales' y a salir solo con la carpeta en la mano y con los pantalones rotos.

Este evento significó un punto de inflexión entre dos momentos protagonizados por él en los que un pasado faustoso se ha contrapuesto a un presente marcado por un estilo de vida muy simple derivando, respectivamente, pares opuestos: el anonimato ha dado lugar a la celebridad, la vida digna a la existencia precaria y la perspectiva de progreso se transformó en una desventura consolidada.

La documentación de estos datos biográficos de Figura, de los cuales ha extraído argumentos y motivaciones para elaboración de su discurso vestimentar, son esenciales para la comprensión de su poética y del contexto en que ella viene desarrollándose, desde los acontecimientos que le han abatido. Recordamos que el gran aporte de sus declaraciones, así como de las demás, está en poder ofrecerla como matriz teórica a los interesados en ampliar sus investigaciones sobre el arte.

La ausencia de un compromiso formal de afiliación al universo vestimentar le llevó a inclinarse al terreno artístico con el que estaba más familiarizado y extraer de él los conocimientos sobre forma, color, textura, volúmenes, materiales y conceptos (como armonía y composición) que le garantizaron el léxico necesario para la construcción de una cosmética personal. A partir de entonces, su traje ha conquistado un trazado todavía más auténtico al ser redefinido sobre bases conceptuales, según los criterios institucionales. Amparado por estos conocimientos, ha desarrollado el concepto de deconstrucción en su plástica vestimentar, valiéndose de materiales y procedimientos que tradujesen la idea de demolición, optando por harapos y el reciclado. No obstante, el concepto de deconstrucción alcanza en su labor artística un empleo muy particular porque está basado en la reformulación de su proyecto indumentar original, en detrimento de la respuesta obtenida del público. La reacción de los transeúntes a su apariencia así como la propia marcha, le forzaron a revisar este trazado inicial (su aspecto formal, por lo tanto), al cual le fue incorporando volúmenes y piezas antes no programadas. Del punto de vista conceptual, Jaime ha confesado que estas modificaciones fueron inevitables en razón de la *violencia* que ha sufrido en sus andanzas diarias y que al final le

servió de materia inspiradora. Se puede afirmar que entre él y el público hubo una perfecta *interacción* que concurrió en estas transformaciones de su conjunto vestimentar.

La *actitud levantisca* estampada en su imagen no debe ser una interpretación 'reducida' y superficial de los agravios sufridos por él. Más que un 'simple' acto-reflejo, ella es lo que da autenticidad a la obra de Figura porque es fruto de su experiencia. Jaime rescata el concepto de arte-vida y funda su creación en los datos recogidos de su convivencia social, materializando su sensibilidad y emociones que generosamente comparte con los demás miembros de su entorno *social*, formando con ellos una comunidad incorpórea (Maffesoli). Comunidad en el sentido 'mundano' subrayado por Maffesoli (1996: 339), es la alteridad social, constituida por las personas que involuntariamente participan de la emoción causada por la obra¹⁸⁸.

Su mérito, como creador, reside en la forma de modelar el aprendizaje acumulado en sus experiencias rutinarias, utilizándola como materia de creación en la elaboración de un estilo vestimentar inconfundible, a pesar de los circunstanciales cambios a que su apariencia se ve sometida. En un período anterior, antes de la *marcha protesta*, esta originalidad se verificaba en la manera como cada pieza adquirida en las tiendas era combinada para componer su vestuario en función del color y estilo. El paso sucesivo a este ya poseía un propósito que era la creación de un traje para la *marcha*, como la conocemos hoy. Jaime atribuyó al influjo que tuvo su convivencia con el medio académico, la transición de la fase lúdica inicial y experimental, a otra, más profesional, marcada por una preocupación por la *contextualización* de su obra.

Empecé a frecuentar la Academia en la época del bar Bohemia¹⁸⁹, fue allí donde comencé a dialogar con los estudiantes, [...] allí fue mi 'formación'. En esta época, ya me ponía unas casacas largas, unos sombreros creativos, gafas hechas de Durepóxi¹⁹⁰, anillos, pulseras, piel de cabra.

Dato relevante en todo este proceso es la *conciencia y función social que ha adquirido de su corporalidad*. Jaime ha pasado a situar como eje de sus creaciones, sustituyendo el puesto antes ocupado por sus muñecos, en la niñez, el *traje social*, afianzando con éste, una imagen irreverente y provocadora.

¹⁸⁸ Ibid., adaptado.

¹⁸⁹ Local de encuentro de los artistas y estudiantes de arte de Salvador, muy frecuentado en las décadas de 80 y 90.

¹⁹⁰ Marca registrada muy difundida de la masa epoxi, tipo de pegamento sólido de alto poder adhesivo.

Una obra autobiográfica:

Al acercarse al principio de *arte-vida* Jaime amplía el significado de su obra, comúnmente restringido al de *producto estético* y la torna “un hecho existencial” (Maffesoli: 12). Todavía, este su carácter autobiográfico, orgánico e intimista es lo que le confiere más 'humanidad', no está explícito en la obra, sólo en sus relatos. Este sustrato 'humano' es lo que la convierte tan permeable a los vínculos afectivos que ha establecido con las personas.

Entendemos que las vivencias pretéritas son el tesoro personal que cada uno 'comparte' con los demás, en la vida en sociedad, por eso es factor de comunicación y de solidaridad entre los individuos. 'Figura' sitúa la base del conocimiento para su programa autobiográfico, su espíritu investigador y el desarrollo de su imaginario, en la niñez. El cultivo de la elaboración de juguetes, por ejemplo, fue una práctica que le despertó para el arte y le puso en contacto con los diversos materiales (madera, metal, tela, piel, caucho) que vendría a retomar en la madurez:

Yo fabricaba mis propios juguetes [...] hacía pequeños coches, muñequitos, era un trabajo muy solitario. Mi madre me decía que era muy quieto, vivía por los rincones de la casa... Yo jugaba con marionetas de guante, hechas de materiales flexibles como telas, [...] no conseguía librarme de ellos, después empecé a crear muñecos con la *piçaba*¹⁹¹.

Las vivencias pretéritas, aliadas a estas prácticas lúdicas, aflorarían más tarde bajo la forma de material de creación, conferiendo a su trabajo el color particular con el que lo identificamos hoy. El relato de Jaime está pleno de remisiones a experiencias vividas en su infancia y adolescencia, que podrían ser confundidas con algún material de ficción. Es pues, de una antología personal que él extrae parte del fundamento de sus creaciones:

(1) en la infancia fueron los [...] marionetas de guante con cabeza hechas de papel de los paquetes de cigarrillos, porque era un papel brillante y el cuerpo también llevaba el mismo tipo de papel. Enseguida vinieron estos acá (*enseña un movimiento con las manos*), yo empecé a trabajar con las manos, me quedaba siempre a conversar con las manos y con otros niños.

(2) Los muñecos surgieron primero en la infancia y posteriormente en los dibujos. Después de los dibujos me vi obligado a ponerlos en mi cuerpo para 'hacerlos' trabajar, porque si les diera vida en el cuerpo de otra persona, estaría derrotado.

¹⁹¹ Variante, *piçava* (de la lengua tupi), fibra natural rígida, extraída de palmas originarias de la Amazonía y de Bahía, ampliamente utilizada en la confección de escobas domésticas, macetas y pequeños objetos utilitarios.

Hemos observado que las dificultades acometidas a él y su familia afloraron más tarde en su creación, por medio de constantes alusiones a las palabras violencia, miedo, dolor, agresión, enfermedad y muerte. El sentimiento de temor y la preocupación por la integridad física son una constante en su vida:

(1) Mi padre murió de cáncer y mataron a mi hermano mayor, en São Paulo. *Todo eso se ha asido a mi alma.* Mi madre y mi abuela están envejeciendo, hace tiempo que no las he visto y tampoco las he podido visitar, porque viven justo donde mi sangre fue derramada.

(2) Debo proteger mis dedos...tengo miedo de perderlos. Ya acontecieron muchos accidentes con mis manos (además), tuve problemas, enfermedades. *Yo necesito de mi cuerpo para comunicarme, para relacionarme con las personas. Tengo que estar con buena salud.*

(3) A veces yo temo la muerte, porque cuando las cosas están para acontecer las siento en mi cuerpo y en mi carne que empieza a sufrir.

(4) Yo sabía que en cualquier momento podían apalearme. He sido víctima de violencia física, por eso me tuve que poner esta protección en la cara.

(5) Sufrí una parálisis, me quedé meses y meses sin poder caminar, era cargado sobre las espaldas de mi hermano.

(6) Yo tenía miedo de todo, querían pegarme (*los chavales mayores*) porque sabían que yo era miedoso, era horrible, yo temía quedarme solo.

(7) El peligro que pasamos cuando somos niños... ¡Cuántos peligros he pasado aquí y allá para hoy estar vivo! A veces pasaba por el barrio y de repente me echaban piedras desde un matorral.

La imagen del Jaime-adulto, 'el Figura' que hoy vemos transitar por las calles, es la reinención de sus muñecos de tela, de sus ensueños de niño que cobraron ánima en sus manos y en su cuerpo, sin embargo, representa primordialmente la *transubstanciación* de una vivencia dolorosa, en una poética visual desnuda de la inocencia de niño.

La contextualización de la obra:

Jaime hizo de su vestimenta una modalidad de crítica *social*, planteando una *marcha*, en el campo estético, que se diferencia de la convencional (en términos de 'actuación') por su carácter de improvisación en función de la ausencia de un plan director. Este rasgo improvisador, a su vez, se refleja en las experiencias que vive en el contexto espacial en que actúa, poniéndole vulnerable a toda suerte de situaciones.

La falta de programación en el recorrido, el carácter móvil y la flexibilidad espacio-temporal,

son rasgos que juntos confieren una personalidad a su obra y la distingue de las tradicionales por lo inusitado que es ser 'pillada' en acción, en cualquier hora y lugar de la ciudad. Estos aspectos son asimismo los que nos permite considerarla una 'obra democrática', porque está al alcance de cualquier espectador y se amplía en la *convivencia con la sociedad*, inaugurando una nueva relación entre colectividad y artista en la que *pasividad y alienación* comunes a sus miembros, son desarticuladas y acrisoladas tornándolos ciudadanos partícipes en los cambios de la vida social, como defienden Oiticica y el propio Figura. La desarticulación de esa fisiología social estancada por la *pasividad y alienación*, atiende a los propósitos de Jaime a través de las reacciones que él percibe del público durante su recorrido. Estos efectos nos dan prueba del fuerte poder de comunicación que su imagen atesora y de su capacidad de inspirar reflexiones, avivar sentimientos, cumpliendo atribuciones que son concernientes al arte.

La manera como nos exteriorizamos, como nos vemos y como el otro nos percibe forma parte del intrincado juego de las relaciones sociales. Somos 'medidos' a cada instante a lo largo de nuestra extensión corporal, por miradas familiares y desconocidas que nos informan sobre 'cómo estamos' y 'quiénes' somos. Diríamos que el sentimiento experimentado por nuestros entrevistados con relación a la receptividad pública de su indumentaria es el mismo encontrado en la paráfrasis inspirada en Berger: "los demás nos miran y nos vemos al ser mirados"¹⁹².

Creemos que todos los que se esmeran en la elaboración de la apariencia poseen una propensión latente a la escopofilia, no en su acepción sexual y perversa, sino en una connotación más cercana al *voyeurismo* confeso en las declaraciones de los actores de la estética vestimentar que confirmaron su enorme satisfacción al ser mirados. En palabras de Jaime, esta escopofilia es una estratagema que en breve pondrá en marcha, cuando pueda adaptar una cámara oculta en su cuerpo, para flagrar las distintas reacciones de las personas ante su apariencia y obtener datos concretos sobre sus experiencias en los espacios públicos, que pueda publicar posteriormente. Mientras su proyecto no se concretiza, hemos considerado de sus relatos sobre el feedback diario que el público le ha aportado en sus peregrinaciones, lo que representó esta experiencia para él y su valor como fuente documental para planes futuros.

A pesar de la periodicidad de sus actuaciones y de hacerse conocido por la media televisiva, Jaime aún experimenta 'en la propia carne', la discriminación y resistencia por donde pasa. De acuerdo a la 'zona de actuación', esta discriminación es más patente que en otras. En

¹⁹² Del original, "Los hombres miran las mujeres. Las mujeres se ven al ser miradas" (En BERGER, John, op. cit., p. 51). Traducción de Catarina Argolo.

algunas, ha comentado que se sintió bien acogido y en otras, que fue agredido verbal o físicamente. Su testimonio pone de relieve la vulnerabilidad al mundo exterior a que están sometidos los que escapan a las normas socialmente consensuadas, a la vez que subraya los aspectos negativos de este contacto como la intolerancia a 'las diferencias'. En este aspecto, la experiencia adquirida con la estética indumentar nos ha mostrado que hemos avanzado poco en las relaciones sociales por el tratamiento que aún dispensamos a las personas según su *fenotipo*, *creencia*, *niveles cultural* y *social*. Reconocemos en este tipo de información y en lo que nos han aportado todos los relatos, un importante manantial teórico para disciplinas ajenas a la Estética, como la Antropología, Sociología y Psicología. Ipseidad, convivencia social y solidaridad, son temas que atañen a estas ciencias y están en la base de todo el discurso de la estética vestimentar. Por este motivo, hemos hecho hincapié en la correspondencia directa entre *ipseidad* y alteridad, o como nos instruye Heráclito, 'en la aproximación de la experiencia individual con la experiencia *social*'.

La postura de este filósofo se coaduna con la visión que hemos expuesto sobre *ethos* (a que emparentamos con *ipseidad*) y *cultura* (a que asociamos a la *alteridad*, cf. el Capítulo 4) destacando su contribución mutua, subrayando la representatividad y cooperación de la *ipseidad* dentro del contexto *sociocultural* en el cual ella misma se encuadra¹⁹³. En dichas circunstancias relacionales, no cabe pensar en el *sujeto* (subjetividad, identidad, *ipseidad*, o cada expresión de la estética vestimentar) sin tomar a 'el otro' (*alteridad*) como parámetro¹⁹⁴ esencial. Merece la pena recordar que nuestros análisis acerca de estos dos pares de 'interfaces' fueron fruto de la observación de eventos cotidianos, en que estuvieron implicados conjuntamente en este proceso: investigador, entrevistados y público callejero. Dentro de este grupo, los entrevistados con su obra representan lo que designamos *ipseidad* (o subjetividad) y de la cual hemos mencionado toda forma de expresión, sea ella consciente, intencional (como la estética vestimentar) o pasiva, forjada por una necesidad de crear impulsada por factores externos (cf. Capítulo 4, en que trata de la estética cotidiana).

¹⁹³ Cf. Capítulo 2, Gregory Bateson y la "Antropología de la comunicación" en el estudio *interaccionista* de *cultura*, propuesto como un sistema de comunicación interindividual: "un conjunto de significaciones que son comunicadas por los individuos de un dado grupo a través de interacciones" (E. Sapir, 1949, citado por Denys Chuche, op. cit., p. 105-106.).

¹⁹⁴ La *alteridad*, a su vez, ha asumido distintos matices para ajustarse a las modulaciones contextuales sufridas por su parámetro, la ipseidad, aquí personificada por el *creador* de la estética indumentar. Así, la *alteridad* al recibir igual amplitud, pasó a ser comprendida (1) como la totalidad de individuos que componen la sociedad y no implicados en la estética vestimentar (también nombrados por Elias la 'identidad-nosotros'). Como también puede significar (2) el *testigo ocular* cuya presencia es fundamental para la concretización de la obra; (3) o un grupo caracterizado por su uniformidad vestimentar; o aún, (4) tanto la alteridad *cósica* (objetual o fenoménica) como la *personal* (la relación de un yo hacia otro).

La imagen del otro como proyección del yo:

¿Cómo *ipseidad* y *alteridad* se consubstancian en las exhibiciones públicas de Jaime y de los demás? La respuesta está en la convivencia, en la tactilidad cotidiana proporcionada por su estética vestimentar.

'Tactilidad', 'proxémica', no son tan sólo términos cercanos a la 'alteridad social' (comprendida como los individuos que integran una *cultura*¹⁹⁵), ellas forman con el producto estético, del lastre de 'solidaridad' que sostiene la vida en sociedad, son el motor que impulsa esa alteridad. La estética vestimentar auxilia en la composición de ese cuadro proxémico y solidario en la medida que se manifiesta como un producto cultural construido sobre el cimiento de un *ethos*, de una *sensibilidad común*. La existencia de este *ethos* es garantizada por el reconocimiento y reafirmación constantes, por parte del público, de los elementos característicos de la *cultura* (sean ellos materiales o no) y presentes en estas producciones. *Cultura*, en ese contexto, representa un sistema de símbolos compartidos por los miembros de un mismo grupo *social* y afianzadores del eslabón afectivo que los une. Este *ethos* (*stricto sensu*) se visibiliza de forma expresiva en la apariencia por medio de un todo vestimentar y de una cosmética traducida en peinados, aderezos, maquillajes y que se sustenta, *fundamentalmente*, en un vocabulario plástico, simbólico utilizado en la producción de esta imagen. El reproche o elogio del público a la figura de Jaime, explica ese proceso de identificación con la cultura de que acabamos de mencionar. Por ello aprehenderíamos mejor las posturas hostiles (y por ende, las no hostiles) que explican la empatía de algunos por su trabajo. En tal circunstancia, cabría recordar que "la obra habla por sí misma", es lo que algunos espectadores parecen haber percibido en el trabajo de Figura, que es un reflejo de una parcela de su realidad y por cierto, la menos agradable:

(1) A los extraños, es difícil que me acepten de inmediato.

(2) Cuando yo aún era un chaval, mi madre y mis hermanos pensaban que yo estaba loco porque tenía una forma diferente de pensar.

¹⁹⁵ Así como los *culturalistas*, comprendemos la cultura a partir de la *conducta de los individuos* porque ellos son 'la cultura'. Su legado para este trabajo está en la concepción de 'expresión particular' que es dada a cada sistema cultural (el llamado *relativismo cultural*), entendido como una humanidad única y auténtica. Este relativismo permite que identifiquemos aspectos distintivos de la cultura baiana (*soteropolitana*), algunos verificables en otras regiones del país y que influyen las expresiones estéticas analizadas. El otro se refiere a la visión *vitalista* de cultura que en su 'interpretación y transformación de la naturaleza', nos da la dimensión de la ascendencia cultural sobre nuestras *acciones corporales*, desde las más rutinarias y elementales como caminar, expresarse por medio de gestos, sentar, comer, etc. Esta perspectiva igualmente nos beneficia porque ratifica la anterior, probando que gestualidad, movimiento y uso del cuerpo son *modos de ser* determinados por la cultura. (Cf. CUCHE, Denys: "As lições da antropologia cultural", op. cit., p. 86-95.)

(3) Dicen: un loco más. No lo toman en serio (*refiriéndose a su vestido*), muchos se ríen, se asustan, son muchas las reacciones, son millones de 'cabezas' (*es decir, de modos de percibir las cosas*). Yo no puedo hacer el trabajo pensando en ellas, por eso me he quedado solo. No puedo quedarme en casa pensando: ¿Será que este vestido está bien? ¿Será que él va asustar a las personas, entiende? Yo hago mi trabajo y pido a Dios que cuide de mí.

Ese doble comportamiento de aprobación y rechazo con respecto a la obra de Figura, ratifica la hipótesis de que el *ethos* patente en la apariencia del *creador-obra* (*lato sensu*) es el dispositivo responsable por establecer la comunicación con el público. Diríamos, de otro modo, que la *experiencia cotidiana con el fenómeno estético* (ilustrado por el *vestido*) es el sostén de la relación creador-obra-público, basándonos en la condición de que para el cumplimiento de ese intercambio sea fundamental la estrecha colaboración entre 'espacio-estética-ética', todos indispensables para la concreción de *cualquier* obra. El espacio correspondería al *medio favorable* a la fundación de una *estética* - en cualquiera de sus expresiones presentes en la cotidianidad y que es 'matriz de la vida social' - y producción de una *ética* (Maffesoli)¹⁹⁶ o de un 'sentir común'. Vale la pena recordar que esta 'emoción común' no hiere el principio fenomenológico de 'la percepción unívoca de un determinado fenómeno', porque ella es antes la respuesta del 'sentido común' a algo de real valor sensible, simbólico y estético.

En el proceso de comunicación entre creador-obra y público, la manifestación de un *ethos* estaría supeditada a las apreciaciones de este último. Es manifiesto en los relatos de los entrevistados, que las múltiples reacciones del público se fundan sobre un hilo 'común', que es la *cultura*. Ella es cimiento de socialización sobre el cual se asienta el *ethos* y vía subterránea que conecta los principales agentes promotores de la proxemia social (o socialización), que son el *espacio, la estética y la ética*.

Al cargar su indumentaria de un simbolismo inspirado en problemas sociales vividos por gran parte de la población, ha logrado despertar sentimientos 'latentes' de rebeldía e indignación. La verosimilitud como fuente inspiradora estampada en su apariencia, está en la raíz de este sentimiento compartido (*aísthesis*) al que también podríamos llamar de 'proceso de identificación del público con la obra' (*Einführung*), o con lo que ella transmite. De este modo, la experiencia de Figura reitera el significativo papel de la *estética* (*lato sensu*) en la tactilidad (o proxemia) cotidiana. Aquí se pone en evidencia la función de la *estética* desde la fase inicial de comunicación entre obra y público,

¹⁹⁶ MAFFESOLI, Michel: *A comunidade emocional*, en op. cit., 1987, p. 22.

confirmando la hipótesis de que ella es el sostén de la coexistencia social. A este respecto, Figura ha dado su propio testimonio como *creador-obra* y diana frecuente de las más variadas manifestaciones emotivas:

(1) Yo atraía a estos tipos radicales y locos.

(2) (Es cierto que) yo atraía los locos, pero las personas también me llaman 'chiflado'.

El reconocimiento de estos trazos sociales en el aura estética de su obra es la explicación más plausible para justificar esta *emoción socializada (aísthesis)*, verificada en las actitudes extremas y templadas de las personas.

La obra, por su propio autor:

Una primera lectura del indumento de Jaime como 'capital social' (al cual designaríamos también, 'capital visual') nos lleva a suponer que la apariencia, en la coexistencia en sociedad, es nuestra 'tarjeta de presentación' o nuestro 'DVI' (documento vestimentar de identificación).

La historia del indumento ha demostrado que el atributo de 'credencial', conferido al atuendo, no es restringido a la 'sociedad de las apariencias'¹⁹⁷, sino que se halla generalizado en las organizaciones sociales 'menos complejas'¹⁹⁸ (Norbert Elias, 1994: 87) donde el traje es todavía una pieza fundamental en el juego de relaciones entre sus miembros. A partir de ahí se desarrolla el enfoque de 'capital económico' que Figura ha atribuido a su vestimenta. Su interpretación nos lleva, igualmente, a cuestionar sobre el papel de cada individuo en la orquestación que es la *cultura* y la sociedad a que pertenece¹⁹⁹ y con las que él se solidariza. Cada traje aquí esbozado es una partitura que sumada a otras tantas, componen la belleza y la pluralidad de la gran orquesta social.

Sin embargo, su marcha es una reacción a las señales que van en contra de este principio orquestal y que están presentes en los problemas afrontados por el hombre contemporáneo y expuestos por Figura como matriz ideológica de sus creaciones (cf. excerptas ss., 1 y 2). El deterioro de las relaciones interpersonales resultante de la *falta de comunicación* entre los individuos y de la *vacuidad de los lazos afectivos*, la *atomización de la persona* consecuencia de la glorificación de los

¹⁹⁷ A nuestro parecer, son aquellas en que los individuos se destacan por el *poder* explícito en la apariencia a través de la estética corporal y/o de la moda vestimentar.

¹⁹⁸ En palabras del sociólogo, las sociedades menos complejas se caracterizarían por la falta de conciencia de la individualidad, lo que reforzaría la noción de grupo y de la 'identidad-nosotros'.

¹⁹⁹ Cf. Escuela de Palo Alto, en Cuche, op. cit., Capítulo 2, p. 43.

valores materiales, la *inobservancia de los derechos* del ciudadano, son algunos de ellos. En los fragmentos siguientes, Jaime nos ha hablado del periodo en que se dispuso a tratar de estos problemas, utilizando la música y el traje como instrumentos de denuncia, cuando aún era integrante de una banda de rock:

(1) Mi trabajo hablaba del hambre, de la miseria, de la sociedad podrida, de la vida. Yo hacía ropas inmensas, incluso las aumentaba [...] la imagen era muy cibernética²⁰⁰, no poseía ninguna relación con Bahía porque yo quería cantar para el mundo.

(2) Mi imagen 'representa' la realidad, el día a día. La he construido en repulsa a una sociedad en que no se puede confiar. Es terrible cuando el dinero 'cambia' la cabeza de las personas...

Pero mi revuelta no es 'particular', ella es el reflejo de una insatisfacción colectiva, todos tenemos problemas.

Afirmamos, inicialmente, apoyados en sus relatos, que el carácter *autobiográfico* de su obra la aproximaba al concepto (moderno) de *arte-vida*, es más, este fundamento 'vitalista' es oriundo de su profundo interés por la *vida*, de la cual se vale como fuente fecunda de inspiración. No obstante, pensar sobre *ella* es para él sincronizarla *incontinenti* a la muerte y a todo lo que ésta simboliza. No obstante, es de la observación de las situaciones cotidianas de la vida, en toda su potencia, donde él extrae subsidios 'metafísicos' que nutren y enriquecen su experiencia artística. Sin extenderse sobre este tema, Jaime lo deja trasparentar en la aguzada extrasensorialidad que emana de su narración y que lo empuja a crear sus obras. Esta sedimentación de vivencias que se originan en los planes material y anímico, es evidente en su trabajo:

(1) Mi musa inspiradora es la propia vida, mi trabajo es un reflejo suyo.

(2) (*De donde se inspira:*) De mi propia práctica. Es como si yo fuera un radar interconectado al planeta; yo me pongo a observar las situaciones, el 'clima' (*en sentido figurado, la 'atmósfera' de la situación o del local*), muchas veces yo recibo 'el mensaje' y entonces hago las cosas a partir de ella, sin saber.

(3) Algo raro me dice, ni tú misma vas a comprender mis palabras. A veces yo temo la muerte, porque cuando las cosas están para acontecer yo las siento en mi cuerpo, en mi carne que empieza a sufrir. A partir de ese instante yo busco resguardarme, tengo que desaparecer de ciertos lugares 'energéticos', porque yo puedo sufrir consecuencias dramáticas. Todo eso se fija en mi memoria y me pongo a pensar sólo en eso y ha sido así, desde la época en que era niño.

(4) La muerte es la respuesta para todo, vivir es un sacrificio, es ridículo.

²⁰⁰ El modelo cibernético evolutivo consta de placas en metal usadas en las impresiones de grabado, forjadas en conos que él ha colgado en el vestido en piel negra, logrando efecto de pinchos. Jaime no explica por qué prioriza el uso del hierro, aluminio, piel, madera y alambre, en la confección de los trajes.

Jaime ha hecho patente su relación con la 'espiritualidad' manifiesta en revelaciones anteriores, en las que por varias veces ha mencionado el nombre de Dios. Su obra es originalmente la imagen y semejanza del *vía crucis*, actualmente sustituida por otra más contemporánea que es la que enseña por las calles, una especie de penitencia, o bien, un exvoto tardío que él ofrece a la 'divinidad' por la curación de una parálisis que sufrió en la niñez y para que le dé 'protección' durante su marcha:

Mi trabajo *era* prácticamente un crucifijo en madera cruzado en las espaldas, pero como yo aún tengo familia, eso me ha impedido entregarme totalmente a mi sacrificio, de estilizar una promesa dedicada al Señor. Pero gracias a Él yo no necesité hacer eso y sustituí las maderas por mi propia obra, con la piel y el aluminio que poseen cierto peso. Así me sacrifico.

En el pasado, cuando yo empecé a poner las vestiduras, mi cuerpo se llenaba de escoceduras, los aluminios cortaban toda la piel, hasta sangrar. Esto porque no daba para quitar el vestido, el aluminio me iba 'comiendo' la piel en el recorrido hacia mi casa, hasta el punto en que yo me olvidara del dolor.

Una extraña modalidad de interactividad:

La estética tiene por función resaltar la eficacia de las formas de simpatía y su papel de 'lazo social', a partir de la correspondencia orgánica que conecta las personas. (Maffesoli, adaptado, p. 33)

El estrecho contacto con el espectador permitió a Jaime comprobar su habilidad para comunicarse, para evaluar el alcance de su obra y conocer sus efectos sobre los comportamientos.

En su comunicación con el público, ha podido enterarse de los diferentes niveles del desarrollo de la *emisión* y *repercusión* de su mensaje, de acuerdo al área en que ha actuado. Con esto, Jaime trazó una 'cartografía' de su trabajo basada en el feedback que obtuvo de sus 'peregrinaciones', en la que tiene registrada reacciones más hostiles en las zonas periféricas de la ciudad, y respuestas bastante favorables en localidades de mayor flujo de transeúntes, como en el centro y algunas zonas turísticas, ambas caracterizadas por un público heterogéneo.

Interpretamos estas diferentes 'resonancias' como fruto de una variable que es el nivel de instrucción. Con otros colaboradores y en situaciones semejantes, ella asimismo fue determinante en la respuesta que obtuvo del público. Jaime cuenta que a pesar de la influencia de esta variable, lo que habitualmente observa es que lo 'diferente' y lo 'nuevo' aún causan extrañeza, mismo entre aquellos con mejor nivel cultural.

Esta *interactividad* con el público de la calle significó para él un punto clave en el *proceso* de construcción de la obra, porque fue de las solicitudes externas que le sucedieron los cambios que ha sufrido desde su concepción original. Así, repensar y redibujar pasaron a ser coadyuvantes de una orquestación de acciones implicadas en el desarrollo de su proceso creativo, como una respuesta al medio externo generada por la necesidad de preservación de su integridad física. La elaboración del vestido y atavíos ha dejado de ser una creación autónoma, para tomarse una obra co-participativa a partir de un modelo poco usual de *intervención* a la que hemos nombrado 'extraña modalidad de interacción'.

La señal más contundente de estas transformaciones se ha verificado en la adopción de una máscara que aúna al papel de adorno, de artificio y protección. Confeccionada en materiales resistentes que le posibilitara actuar más cómodamente por las calles, como *la piel y el metal*, ella se ha constituido la prueba cabal de una co-autoría que le fue impuesta (cf. Figura 41).

Este detalle de la construcción de su obra habla sobre *los límites de la autonomía del artista sobre su propia creación*, pero determina igualmente la dimensión de la efectividad del trabajo creador junto al público, revelándose un 'feedback instantáneo', una experiencia singular, para su autor. La incorporación de proposiciones de carácter abierto e interactivo como la de Jaime y de los demás, es un avance mayor del arte postmoderno sobre el arte tradicional, en la medida en que hace viable un diálogo espontáneo entre espectador y obra, que le posibilita intervenir y cambiar su fisonomía original.

El aspecto de la violencia presente en el relato de Jaime nos confirma el presupuesto de que la estética vestimentar ostenta en mayor o menor medida *trazos* muy determinantes *de nuestra cultura*, ya sean ellos positivos o negativos. Tal hecho reafirma la creencia de que ella ha despertado fuertes emociones, porque se hace obra (o se epifaniza) de modo pleno y especial para aquellos de quien es signo. Lo que se pretende realzar aquí es su valor estricto de signo, cuya semántica está circunscrita en la *cultura* que la originó, y la empatía (*Einführung*) y emoción que despierta de manera muy particular entre los que pertenecen a ella, por encontrarse mejor capacitados a decodificarla, caso contrario no encontraría semejante eco. Esta es la idea que nos sugiere Guyau, cuando asevera que "una obra de arte emociona sólo aquellos de quien ella es signo"²⁰¹.

Maffesoli (1996: 40) ratifica este postulado, enjuiciando que "esta función signo, o emoción colectiva con relación a un signo, puede expresarse gracias a una *vestimenta*, un hábito, un gusto,

²⁰¹ GUYAU, J. M.. *L'art au point de vue sociologique*. Paris, Feliz Alcan (11ª edición): 1920. p. 38 [citado por Maffesoli, p. 39.]. (Título en castellano: "El arte desde el punto de vista sociológico".)

[...], una literatura, una música”, divisando, además, el valor estético de la indumentaria, al ponerla al lado de expresiones artísticamente avaladas. Perspectiva semejante se comprueba en la nota introductoria de la obra de Roberto Da Matta (1990: 35), en la que subraya algunas de las manifestaciones de la cultura brasileña, mostrando que temas y aspectos allí tratados o mejor, *ritualizados*, nos pasan desapercibidos (a nosotros, brasileños) porque son construidas de materia cotidiana, insinuando que el rito, la magia, el imaginario, *el arte*, son aspectos *redimensionados* de la realidad ordinaria:

[...] tanto los personajes como los rituales son creaciones sociales que reflejan los problemas y dilemas básicos de la formación social que los engendra. El ritual y el mito serían, de este modo, dramatizaciones o maneras cruciales de llamar la atención hacia ciertos aspectos de la realidad social, facetas que normalmente están sumergidas por las rutinas, atractivos y complicaciones de lo cotidiano.

Las reacciones hostiles sufridas por Jaime en su actuación diaria, son fácilmente comprensibles, si tenemos en cuenta estos aspectos y, además, dos diferentes posicionamientos en el proceso de apreciación de su obra. Uno de ellos es un caso explícito de identificación (por parte de algunos individuos) con cuestiones allí 'levantadas', presentes en su contexto diario - como la violencia, la miseria - de las cuales son víctimas directas y que explican las acciones extremadas que generan aún más violencia. El otro se explicaría por motivos similares, con la diferencia de que, aquellos mismos problemas no afectarían tan directamente a los individuos como en el primer caso, lo que no excluiría la posibilidad de manifestaciones aisladas y equivalentes. El efecto nocivo de posturas como éstas ha impedido Jaime llevar su *marcha protesta* a otros territorios, restringiendo su área de actuación a la capital, donde confesó sentirse más 'amparado':

El pasado fue terrible para mí, he sufrido mucho, las personas decían “tira esta ropa fuera”. He sido víctima de violencia física, por eso tuve que ponerme esta protección en la cara. Alcanzaron mi nariz varias veces, me quedé también preocupado con mis labios y tuve miedo de que me rompiesen los dientes. Yo no tenía intención de usar máscara, porque mi cara es agradable a cualquiera.

La única cosa que yo me ponía en la cara eran unas gafas grandes, me afeitaba y dejaba los pelos normalmente sueltos.

La violencia que he sufrido me obligó a ponerme la máscara [...] por estas razones, no me he permitido salir de Salvador.

No obstante, la respuesta de los espectadores a su 'figura' no fue la única lección que Jaime ha podido sacar de lo que designamos *autonomía del autor sobre su creación* (cf. los fragmentos ss., n° 3). La continuidad de la marcha diaria estuvo condicionada a ciertos ajustes en su aparato indumentar, como (2) rodilleras y zapatos especiales que fueron proyectados para soportar el recorrido e intervenciones en la estructura del vestido para que se adaptase mejor a sus movimientos. (1) La conciencia del potencial mecánico y estético del propio cuerpo, de su importancia como soporte de la obra, le ha llevado a incluir en su programa artístico, (4) algunos cuidados regulares hacia su salud física, entre éstos, eventuales participaciones en competiciones públicas. Los relatos siguientes nos muestran el valor estratégico de estas competiciones en la integración e *interacción* con el público, a la vez que revelan tres pilares imprescindibles en el proceso de creación de Jaime: *funcionalidad, protección y estética*.

(1) El trabajo es hecho básicamente a partir de mi necesidad de caminar, de moverme, de protegerme y de atraer los ojos de un hombre que no tiene carrera, como yo, pero que perciben lo que es arte.

(2) Los zapatos son para dar más impulso, para caminar sobre las piedras con más facilidad, caminar rápido, despreocupado, sin mirar hacia el suelo, porque con este tipo de vestido no puedo ver muy bien. Tengo que mirar hacia el horizonte...

(3) Fue a partir del momento en que me he implicué con el grupo de *rock* que yo cambié el estilo: en ese periodo me apedrearon. Tuve que dejar las telas y sustituir las por piel. Me echaban perros, por eso me puse las perneras y coderas. También empecé a poner las farpas, ¿te acuerdas?, para que en el momento en que los perros, las piedras y las personas me fuesen a agredir, los pinchos los alejasen. Ahí decían: "¡Ese tío está chiflado!" Eso no me placía, pero era mi dolor, yo sufría con eso.

(4) He participado de la San Silvestre para ver si yo veía en São Paulo alguien parecido a mí, con mi manera de vestirse, porque yo (también) corro con estas ropas.

Este domingo voy participar 'paramentado', en la eliminatoria para la San Silvestre. Yo practico del deporte para poder interactuar con el público. [...] las *carrozas* que yo *arrastro*, las *carreras* en las que yo participo...son formas de prepararme físicamente para la marcha. Yo poseo una carroza donde llevo mis obras y otras cosas.

(5) [...] lo que sé es que lo soporto todo, no sé lo que me da tanta energía. Pienso que debo cuidar bien de mí, dejar mi sangre limpia, alejarme de las enfermedades.

La interacción con el trabajo de Jaime ha asumido las más curiosas facciones, asemejándose a un juego caleidoscópico susceptible a los cambios de formas y colores en el ambiente en que es producido. Tal pluralidad de respuestas tiene como argumento principal la

amplitud y heterogeneidad de público que él ha alcanzado.

Pero si por un lado, su obra ha dado señales de una comunicación eficiente junto al público, por otro nos ha mostrado toda su fragilidad en ambientes como la calle, sobre los cuales no tiene ningún dominio. Allí, artista y obra se encuentran vulnerables a las circunstancias externas, demostrando que *en esta situación* la *interacción* con su público es un dispositivo autónomo, comparado a una llave que abre un pasaje a un universo inexplorado donde *todo puede acontecer*, distintamente de lo que se observaría en condiciones ambientales adversas. Este universo se equipararía a la mente (al inconsciente) del individuo, co-partícipe de la obra, de la cual puede proceder cualquier tipo de respuesta. En otros términos, cuando una obra como la marcha de Figura posee un carácter abierto (en el sentido de que no obedece a una programación previa y, además, invita a la co-participación), se efectúa en un ambiente desconocido, múltiple (con respecto al público) e incontrolable, el *artista-performer* es susceptible a este conjunto de variables. Víctima de sus propias acciones estéticas y de lo que el 'insondable mundo del inconsciente' sea capaz de ocasionar, nuestro andariego ya fue acometido de embestidas contra la estructura de metal de su vestido, mientras actuaba por la calle. Según nos ha relatado, la actitud del 'arrojador' es una práctica habitual entre las personas que 'extrañamente desean lesionarse' con los pinchos y el armazón de su indumento:

(Al preguntarle por qué no ponía protecciones en las extremidades del armazón:) Ya lo he pensado, pero las personas no quieren gomitas, ellas se lanzan sobre mí porque les gusta lesionarse. Soy yo quien sale de su dirección, sin embargo, ellas vienen hacia mí para herirse, ¿entiendes?

Consideraciones finales:

De todo lo que hemos presenciado y notificado en sus declaraciones respecto a su comunicación con el público, fueron múltiples las formas de interacción. En interpelaciones pacíficas, a través de un comentario saludable, a distancia, o de una felicitación por medio de una mirada o acción menos cordial, o en una postura totalmente opuesta expresada en una mirada acogedora y curiosa por conocer de cerca cada detalle de su vestimenta. Sea en cualquiera de estas actitudes, es manifiesto el reconocimiento del público y el expreso por las instancias estéticas oficiales sobre su trabajo. En sus consideraciones particulares con relación a los contactos directos o indirectos por los

variados espacios en que ha transitado, Figura nos enseña sobre todo lo enriquecedora que puede ser este tipo de experiencia. Tanto desde el punto de vista del desarrollo personal como artístico, es un medio a través del cual el individuo pone sus propios límites a prueba, a la vez que recoge elementos para la creación, ahonda en la esencia humana confirmando por medio de sus vivencias, que la experiencia estética es capaz de proporcionar significativos cambios en nuestras vidas.

(Refiriéndose al local donde vive.) Es un barrio de personas pobres, ellas me tratan como *Exu*, como 'cosa ruin', *mulambinho*²⁰², porque mi trabajo es espantoso, ellas se bendicen cuando lo ven. Todo eso a causa del sufrimiento que pasan, entonces para ellas yo soy esa cosa mala, esa imagen negativa, bizarra que vaguea por las calles. Para ellas soy prácticamente el símbolo de la bestia. [...] son en su mayoría, religiosas, 'de iglesia'²⁰³ y en esta situación mi imagen es fatal. Yo sufro como un diablo con estas cosas porque ellas piensan que estoy con el demonio en el cuerpo.

¡Ah! En la Barra... ¡De Stela Maris²⁰⁴ hacia aquí es sólo alegría!

Sí, porque las personas ya me vieron en la Internet, en la televisión. Pero en la periferia no, allí existe un parentesco con aquellos que saben de mi pasado, del hambre, de la miseria, de lo trágico, mil matrimonios, los hijos, las queridas, todas esas cosas... Entonces me maldijeron cuando se han enterado de todo eso.

(Comentario del público:) "Era un buen dibujante, se ha chalado". Hay quien me elogia (los de las clases sociales más elevadas) y los que tienen miedo, asco, y que cavilan; son varios los puntos de vista.

En su evaluación sobre el acogida de su obra por el gran público, Jaime declaró, como hemos comentado, que el *nivel de conocimiento* es un factor determinante que jamás debe ser desconsiderado por el artista. De él derivan las críticas y manifestaciones que enriquecen su experiencia personal, ya sean ellas positivas, motivadas por el anhelo en conocer su trabajo (y que suelen venir de personas con un nivel de instrucción por encima de la media), o incluso negativas. Estas con frecuencia en descenso, en la medida del incremento de su popularidad, promovida por los medios televisivos y por la 'regularidad de sus apariciones' en la calle. Enseguida él nos presenta su explicación para algunas reacciones:

²⁰² *Exu*, también conocido popularmente como *Cosa ruin* es una entidad del culto afro brasileño, el *candomblé*, a quien se tribuye todo el mal del mundo. Sin embargo, es un orisha que hace el bien, que abre caminos (espirituales y materiales). En el sincretismo religioso está asociado al diablo, razón porque es también llamado de 'Cosa ruin'. La palabra *mulambo* viene del quimbondo, dialecto hablado en Angola incorporado al vernáculo brasileño en el periodo de la colonización. *Mulambo* significa un trozo roto de tela, motivo por el cual los populares del barrio donde vive le pusieron el apodo de *mulambinho*, en razón de los harapos con que componen su traje. (En BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.)

²⁰³ Él quiere decir que son mujeres 'comunes' que frecuentan regularmente la iglesia, pero que no son monjas.

²⁰⁴ Barra y Stella Maris son barrios situados en la orilla del mar y donde habita una clase social de mayor poder adquisitivo.

(Refiriéndose a los que tienen un nivel de conocimiento mayor, en su opinión.) Hay aquellos que poseen una mente más abierta para *(aceptar)* el trabajo, es por eso que estoy queriendo salir de la periferia, porque allí nadie jamás va decir que estoy actuando de modo correcto, sino todo lo contrario.

No hablo con las personas porque el trabajo ya es aterrador, ¿entiende?

(A los que ya conocen su trabajo.) Sí, me dan la mano, me abrazan. Las actitudes son diversas, en las calles.

El valor de la estética vestimentar en el desarrollo de la percepción.

Los datos ofrecidos por la apariencia ni siempre son analizados con la atención que merecen, por el contrario, en la mayor parte de los casos las evaluaciones son hechas con superficialidad estimándose apenas aquello que es tangible.

La presencia constante de la estética vestimentar en lo cotidiano de las calles hace de ella una obra y como tal, instrumento de desarrollo de la sensibilidad y de la percepción. Al volverse una *praxis* en la cotidianidad, posibilita al transeúnte fijarse en las sutilezas de la vida ordinaria que trascienden los 'universos objetual' (del que ella es una parte) e '(inter-)personal', donde conviven los demás individuos, con sus peculiaridades, comportamientos, expresiones y capacidad para relacionarse.

Sobre la aceptación de las diferencias, un importante ejercicio que la apariencia nos enseña.

La simpleza con que decodifican sus actitudes desde la juventud, ha sido uno de los motivos que ha generado conflictos con sus familiares y más tarde, con la sociedad. Esta cortedad de miras se presta únicamente al refuerzo de conductas prejuiciosas como la legitimación y diseminación de estigmas y estereotipos. Desde su adolescencia Jaime tuvo que convivir con estas constantes censuras de su familia a su manera de trajearse, a su empeño en buscar una apariencia saludable y pulcra. Esta actitud reproduce un perfil de sociedad que encuadra los géneros, creando normas de conducta para cada uno de ellos y que no tolera los comportamientos que estén 'fuera de sus parámetros'. De un modo general, los creadores de la estética vestimentar tuvieron que enfrentarse a este tipo de conducta en su ambiente doméstico:

(Hablando sobre su familia.) ellos deducían que yo era un hombre-mujer, porque yo me cuidaba, me gustaba ponerme bello, me miraba y me sentía bello.

Sobre la diferencia:

Este es otro problema con que tienen que confrontarse todas las personas que buscan una diferenciación a través de la *cosmética*. Cuando Figura menciona su manera de peinarse, de afeitarse, avanza en el tema del atavío como el único elemento o el más importante dato de la apariencia.

En mi adolescencia pensaban que yo era 'maricón' porque yo era un negro fino, de pelo liso, de cara limpia y sonrisa natural. Me molestaban. Yo no percibía que era aquello lo que ellos pensaban, tal vez fuese esa la causa de mi silencio, de mi soledad.

Cuando aún era un chaval, mi madre y mis hermanos pensaban que yo estaba loco, porque yo tenía otra forma de pensar y de comportarme.

La imagen de Jaime es densa, cargada de alusiones a una dura realidad que él insiste en denunciar. Sus malogradas experiencias con 'el otro' son consecuencia de eso. No se puede negar el impacto que su apariencia causa por su intensa carga simbólica constituida por alusiones a temas como la guerra, el neofascismo, la contaminación (química) del planeta, la pobreza o la banalización de la muerte.

Las citas a Dios en gratitud a las dádivas, protección e 'iluminación' recibidos de Él, es una constante en su discurso. En algunos momentos de su entrevista, ese hincapié sobre el nombre de Dios y en los 'diálogos' que mantiene con Él, podría aproximarlo a declaraciones y a la obra de Artur Bispo do Rosario. Ambos se declaraban misioneros divinos que han fundamentado su trabajo en los principios sagrados y en su vivencia de Dios (en el caso de Jaime, apenas algunas de sus obras poseían fuerte influencia religiosa).

Tal cual Bispo, Figura profundizó en la investigación personal, buscando fundirla con su creencia en una divinidad a quien debe temor por haber sido preservado en diversas situaciones, para que él fuera su predicador en la Tierra. Jaime ha heredado la temática y los materiales que solía usar en sus obras, oriundos en parte, de harapos que eran deshilados y empleados para coser y bordar estandartes y mantas. Mientras Figura había optado por vestir los harapos y hacer su peregrinación en la Tierra, por las calles de la ciudad, Bispo idealizó subir a los cielos con su manto para consagrar a Dios:

[...] yo hacía pequeños coches, muñequitos, era un trabajo muy solitario.

Mis primeros trazos en la imprenta [...] dibujaba sólo a Jesús Cristo, Cristo crucificado, después

me quedé parálitico. Una vez mi madre me llevó a la iglesia del Bomfim para cumplir una promesa, ahí me fui de rodillas hasta el altar esperando que yo recibiera su bendición.

(Sobre el exvoto que su madre ofertó en gratitud a Dios por su curación.) No sé si ella llevó la cabeza o los pies, fue algo así, yo era niño todavía...

(Habla sobre el periodo en que estaba enfermo.) Yo no estaba dentro de mí, yo me ponía a 'viajar' (en sentido figurado, *distraído*), las personas hablaban conmigo y yo no me fijaba en lo que me decían, me quedaba lejos de ellas, tenía desmayos, las estrellas brillaban, empezaban a parpadear, en poco yo desfallecía. [...] yo abría los ojos y veía aquél grupo de personas al mí alrededor, pero la sensación era de que estaba lejos de mí, intentando hablar o hacer cualquier cosa sin poder, porque estaba como yendo y viniendo.

Mi trabajo era prácticamente un crucifijo en madera, cruzado en las espaldas, pero como yo aún tengo familia, eso me ha impedido de entregarme totalmente a mi sacrificio, de estilizar una promesa más dedicada al Señor. Pero gracias a Él yo no necesité hacer eso y sustituí las maderas por mi propia obra, con la piel y el aluminio que poseen cierto peso y así me sacrifico.

[...] no tengo de lo que quejarme de nuestro Señor, solo agradecerLe por proteger mis 'muñecos' hasta el día de hoy.

Este es un trabajo espiritual, no es moda.

[...] es algo tan extraño que yo no consigo expresar. Mi cuerpo, mi carne sufren cosas terribles y me pongo a pensar: ¿Por qué Él me salva siempre? ¿Por qué Él siempre está conmigo?

El vestido atrae muchas cosas, muchas 'entidades' sobre mis espaldas.

Jaime sigue dedicándose a su producción, pero sin descuidarse de los asuntos relacionados con los problemas sociales. En una de sus más recientes performances, ha añadido un cinturón cargado de pólvora que explotaba produciendo llamas durante una presentación musical. ¿Una mención a los fundamentalistas suicidas? ¿Una forma de hablar sobre el comportamiento autodestructivo de algunos individuos, o aún, de la efimeridad de la vida? Figura tiene claro lo que plantea, pero como todo artista, opta por ser provocativo y dejarnos libres para interpretar sus acciones.



Figura 41. Jaime en su actuación, en el centro histórico de Salvador, con su traje hecho con harapos y estructura metálica, portando máscara, protección en las rodillas, guantes, chanclas hechas de caucho. En el pecho, la foto de una persona a quien le subvenciona en su marcha protesta.



Capítulo 6

Capítulo 6:

Espacio, tiempo y movimiento, coadyuvantes de la expresión vestimentar callejera en el proceso de socialización.

Palabras clave: ESPACIO, TIEMPO, MOVIMIENTO, ESTÉTICA VESTIMENTAR, PROXÉMICA, SOCIALIZACIÓN

6.1. Espacio, percepción y corporalidad. El uso instrumental del espacio en los recorridos, exhibiciones públicas y en la interacción social.

“[...] el ser humano sensibiliza los límites de su abrigo. Vive la casa en su realidad y en su virtualidad, a través del pensamiento y de los sueños”.

(Gaston Bachelard, en “A poética do espaço”)²⁰⁵

La relación del ser humano con el espacio se establece en los primeros momentos de su vida, es donde nace, vive y muere. Del espacio íntimo, corporal, en que es generado, el niño viene a otro, exterior y fenoménico, su hogar. Es en él donde empieza a desvendar el mundo, captándolo inicialmente por medio del tacto: las personas, objetos, cambios en el ambiente (movimientos, sonido, luminosidad, etc.), le son aprehendidos por vía háptica (o tacto²⁰⁶ activo) y en la medida del desarrollo de estas experiencias, en las que él experimenta otras percepciones sensoriales, esta supremacía táctil de la niñez va cediendo este poder a la visión, en las subsecuentes etapas de la vida. Esto significa que para conocer el espacio circundante (o el mundo fenoménico, como hablamos), él necesita moverse (acción) y tocar (percepción) las personas y los objetos.

Ittelson (1951) y Gibson (1950), dos estudiosos de la percepción creen que es ésta la forma con que el individuo empieza a conocer el mundo, mostrando que “no se puede sustentar la separación entre acción y percepción y que ambos conceptos posibilitan la aprehensión del

²⁰⁵ BACHELARD, Gaston. *A poética do espaço*. Martins Fontes, São Paulo: 1996. p. 26.

²⁰⁶ Sabemos que sentidos como la visión y el oído son más usados como sistemas de 'entrada de datos' ('input'), mientras que el tacto es por excelencia el sistema de 'salida' o 'output', pero su importancia en el proceso inverso ('input'), es reducida a tercer plano. No obstante, lo que nos interesa destacar del tacto es su papel en la comunicación entre los individuos, pero es necesario antes informar sobre a cual de sus vertientes nos remitimos, si la activa o pasiva. Soledad Ballesteros (1993) nos aclara que el vocablo *táctil* comprende, de modo genérico, toda forma de interacción *del tacto con el ambiente*, tanto en su forma activa (percepción háptica) como pasiva o estática. Por lo tanto, en el proceso de interacción *individuo-ambiente-alteridad*, es el tacto activo que actúa de forma más incisiva.

significado de las cosas²⁰⁷. Gibson pone de modo claro el papel del desplazamiento corporal en la adquisición de conocimiento del entorno, proponiendo una interconexión de las sensibilidades a través de la *cenestesia*, al mismo tiempo que resalta la influencia de la acción sobre la percepción del espacio. Acción y percepción son, bajo su punto de vista, conceptos indisolubles en lo que concierne a la aprehensión táctil en la etapa inicial de vida. Es, pues, a través del llamado tacto activo o percepción háptica, tal como el tacto es conocido en la Psicología, o 'tacto profundo' (asimismo nombrado por la Medicina 'propiocepción' o 'kinestesia'²⁰⁸), que esta correspondencia es verificada. Su mediación en la captación e interacción de los estímulos del ambiente doméstico y natural es incuestionable, tanto por parte de los receptores (el público) como de los actores corresponsables de dichas señales y estímulos.

Siendo el tacto activo el primer sentido accionado en el estadio embrionario de la autopercepción corporal, es quien va orientar toda y cualquier conexión del individuo con el mundo exterior. Una vez consciente de sí mismo, de su corporalidad, de sus potencialidades motrices, él pone alerta todos sus sentidos en la exploración de los territorios por donde transita, haciendo uso racional de las distancias que lo aíslan de lo que se pone en su campo de acción, sea éste móvil o no, persona u objeto. Esto nos remite a las posiciones de Ittelson y Gibson sobre el movimiento como factor indispensable en la toma de conciencia y uso corporal del espacio, que en términos sociológicos significa el justo entendimiento de la noción de territorialidad del cuerpo individual y su aplicación en las relaciones sociales, es decir, en su efectivo control en la convivencia en sociedad, tal cual ha explicado Stuart Hall (1960), en su estudios sobre proxémica²⁰⁹. Solamente en un etapa más avanzada de este proceso de conciencia corporal y de vinculación de esta corporalidad con el espacio, consumada a través de la conquista de la identidad como 'ser social' y 'sociable', la proxémica se establece permanentemente en las relaciones del individuo.

Desde el Capítulo 4, hemos señalado la importancia de la correspondencia tacto/entorno

²⁰⁷ Citado en REMESAR, Antonio: "El entorno y la recepción", en *En torno al entorno*. p. 123. (Subrayados nuestros.)

²⁰⁸ (1) *Propiocepción* es el sistema por medio del cual el individuo percibe la posición y el movimiento de los diferentes segmentos corporales. # La *propiocepción*, o *kinestesia*, es un sentido. El sentido del movimiento. Este término proviene del griego *kines* (movimiento) y *stesia* (sentido). Por lo tanto, *kinestesia* significa sentido del movimiento. La medicina lo cataloga dentro del tacto profundo, sin embargo es un sentido independiente. Tiene sus terminales nerviosos mayoritariamente en las articulaciones. Es el sentido responsable de hacernos saber cómo y cuándo nos movemos. (ALVIS G., Karim, CRUZ L., Yenn y PACHECO C., Claudia. "Propuesta de un instrumento de evaluación de la propiocepción en adultos". *Revista Digital*, año 8, n° 48. Buenos Aires: mayo de 2002. Disponible en la web: <<http://www.efdeportes.com/edf48/propioc.htm>> [Acceso en: 28.dic 2003]). (2) *Kinestesia* es el sentido de ubicación que nos permite definir la orientación óptica, gustativa, táctil, olfativa y de coordinación. (GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ, Amanda. Kinestesia. Disponible en la web: <<http://www.psicopedagogia.com.definicion/kinestesia>> [Acceso en: 26.jul.2006] kgomez@bacata.usc.unal.edu.co

²⁰⁹ Acceso por Internet a través de la dirección <http://www.zyres.net/proxemics/html_es/proxemik.html> [Acceso en: 05 enero 2004].

para el entendimiento de la problemática del intercambio de los actores de la estética vestimentar con el público y con un espacio, como la calle, caracterizado por una intensa contaminación visual. En estas circunstancias de sobrecarga de estímulos sensoriales, la captación de informaciones es realizada por las señales hápticas, que es la vía sensorial encargada por aprehender y digerir estos estímulos. Otros aspectos de esta vía perceptiva deben ser estimados en esta interacción, es lo que aseveran estudiosos del tema cuando defienden la relación desproporcionada, pero efectiva, entre complejidad de estímulo (o señal) y rapidez en su procesamiento, o sea, cuanto más complicadas sean las señales, más breve es su comprensión. En otras palabras, son las vías hápticas el canal perceptivo balizado a operar en los procesos de recepción sucedidos en los ambientes saturados por estímulos sensoriales. Los relatos de los performers confirman este aserto, porque revelan el impacto de sus apariciones sobre el gran público callejero, a pesar de la pluralidad de informaciones visuales que rivalizan con sus vestidos, en el mismo espacio.

El sondeo del espacio social por el cuerpo-vestido.

Si la 'imagen' del cuerpo en reposo es por sí sola semejante a un cuadro, la imagen corporal en movimiento, en cambio, se impone como un espectro cronofotográfico, como una sucesión incesante y profusa de figuras plásticas móviles. (Paráfrasis sobre una cita de JEUDY, Henri-Pierre, op. cit., p. 60)

Muchos son los aspectos del espacio que reservan afinidad con todo lo que venimos exponiendo hasta entonces. Algunos de ellos, propuestos por Bollnow y desarrollados en este apartado con enfoque dirigido a la proxémica²¹⁰, dicen respecto a 'ser, tener y relacionarse con el espacio' en los intercambios entre los actores de la estética vestimentar y el público callejero.

En un primer momento, hemos destacado la relación del individuo con el espacio, en el periodo de su niñez, poniendo de relieve el carácter físico y sensorial de esta proximidad. Observamos allí que lo que antes representaba un ejercicio de cálculo de distancias mensurables

²¹⁰ Tenemos aquí un caso distinto de aplicación de la proxémica, concepto que influyó Edward T. Hall (1960) en sus estudios de *proxémica social*. El término que se originó como proyecto académico en la Fachhochschule (Universidad de Ciencias Aplicadas) Darmstadt, en el departamento de Diseño y Comunicación bajo el tema general de 'espacio', surgió de la publicación "¿Cómo nacen los objetos?", dedicado al diseño industrial y de autoría del italiano Bruno Munari. En esta obra explica, inicialmente, cual es el campo de actuación de la proxémica, mostrando su importancia en las relaciones entre el individuo y su medio ambiente, en las situaciones de contacto y de no contacto entre las personas, examinando en situaciones rutinarias, las 'distancias personales' que naturalmente se fundan en grupos de personas que están en paradas de transportes públicos o en la cola de un mostrador de correos, por ejemplo. En cualquiera de los casos, es preocupación suya contestar la pregunta: "¿Cuál es la distancia ideal que posibilita una convivencia tranquila y cuál es la distancia mínima dentro de la que se originan situaciones desagradables o conflictivos?" (Cf. MUNARI, Bruno, op. cit., pp. 350-351.)

entre él, las personas y los objetos a su alrededor, pasó a asumir un significado especial dentro de un contexto donde estas distancias debían obligatoriamente ser estimadas, respetándose los espacios individuales conquistados en el trato social.

Según esta perspectiva, la subordinación a una alteridad hace que los desplazamientos del individuo pierdan la naturalidad original. Dicho esto, el límite concreto que lo aísla de los demás, pierde relieve para otro, tan intangible como inconmensurable: el espacio social. Significa decir que, la atención al espacio material 'compartido' es algo a ser tenido en cuenta, para que se alcance una convivencia social satisfactoria. Al lado de esta cuestión proxémica, está la reflexión sobre el dominio de este espacio como forma de ejercer el derecho de comunicarse, es decir, de poder moverse por cualquier lugar, como el que ha 'conquistado el derecho de expresarse' libremente, sin límites. Este tránsito libre, además, es igualmente plausible de ser interpretado como 'saber conducirse bien' en el resbaladizo terreno de la práctica colectiva, o aún, 'mostrarse socializable'. Son por estos caminos que nos vamos guiando, en este apartado, resaltando el uso del espacio por el cuerpo individual, en la actuación pública de los creadores de la estética vestimentar, y su relación con la dimensión (1) *física* de este espacio (definiendo lugares por donde deambulan) y (2) *social*, poniendo las situaciones y experiencias vividas con el público de la calle.

Consideramos que si para un ciudadano 'común', de hábitos rutinarios, esta conquista del espacio es una tarea difícil, para los que desafían sus reglas y prácticas consensuadas por la convivencia social, representa una aventura todavía más arrojada.

Tomemos el modo de ataviarse como ejemplo de uno de estos 'hábitos interiorizados desde la niñez, provenientes de estructuras externas pertinentes a un sistema de relaciones sociales' (Bourdieu), y observaremos que él 'no condiciona' al individuo como lo hace la 'costumbre', que influye sobre sus decisiones o vuelve sus acciones y razonamientos reiterados o mecánicos. El hábito, al contrario, permite que el individuo elija, se oriente, piense, *aunque* afectado por las disposiciones incorporadas a lo largo de su existencia. Al individuo le quedaría, entonces, la autonomía necesaria para seguir sus propios impulsos, realizar sus proyectos, ni siempre consciente de que estos impulsos y acciones resultan de una adaptación de los hábitos aprendidos durante su vida. En las citas siguientes, los entrevistados ratifican la teoría del *habitus* de Bourdieu, revelando plena lucidez con respecto a las referencias locales adoptadas en su trabajo de creación:

Yo creo que todos los artistas y artesanos que trabajan con indumentaria (o incluso el público de un modo general), sufren influencia de la cultura afro, principalmente acá, en Salvador, puesto

que formamos parte de ella. Pero tenemos influencia también de la cultura indígena, de la naturaleza, de los guetos y grupos urbanos, de los ritmos musicales..., eso porque aquí dentro (refiriéndose al Pelourino, su lugar de creación y actuación) hay una mezcla de todo. Pelourinho es una 'ciudad' donde vemos de todo, hay un 'mundo' aquí dentro, gente de varias localidades. Hay un poco de las influencias externa e interna. (Levite a)

Mi trabajo es un gran 'puchero' de influencias, aunque mi investigación sea más 'local' yo absorbo influjos externos...hay que investigar de cualquier manera. Yo creo que el traje debe tener 'nuestra cara' (Expresión muy corriente, en Salvador, para definir una característica que identifica la persona o con la que ella misma se definiría) (Levite b)

En mis creaciones hay algunas referencias a nuestra religiosidad, como por ejemplo, el uso de rosarios, de santos, de amuletos como patuás²¹¹ e higas y algo de *baianidade* en la manera derrochona de vestir, en los colores intensos del traje y de los patrones textiles. En términos de técnica, el reciclaje de materiales y de estilos. (Flávia)

El movimiento, a que aludíamos anteriormente, asume aquí una connotación más amplia de lo que representa la relación física espacio-tiempo establecida por el performer vestimentar, con su área de actuación. El espacio material que él explora con su propio cuerpo es un mediador de interacciones 'simbólicas', de clara función ontogenesológica, en la medida que dichas interacciones concurren para el autoconocimiento de los sujetos involucrados en su desarrollo.

En la vivencia de la estética vestimentar de calle (tanto por parte de su idealizador como de su público), ese barrido del espacio hecho por el cuerpo, es una acción de intercambio simbólico que asume un valor muy subjetivo y positivo, porque en cuanto experiencia fenomenológica, es única, privativa e intransferible. Sartre y el fenomenólogo Merleau-Ponty lo corroboraron afirmando 'que se conoce el mundo a través del propio cuerpo'. Esta aserción se tornó un desafío emprendido por los performers de la estética vestimentar de calle, a cada aparición en el ambiente impersonal (y en algunas situaciones, 'hostil') que es la calle, donde están regularmente expuestos a miradas juiciosas de los transeúntes. Por otra parte, la observación y los relatos nos han demostrado el mutuo beneficio de esta experiencia tanto para los performers como para el público.

Esta correspondencia entre actor vestimentar/espacio/público nos plantea dos importantes reflexiones sobre la estética en estudio: una atañe a cuestiones de proxémica, inaugurada en el Capítulo 2 y rescatada en este apartado con el objetivo de enfatizar su validez en los análisis sobre

²¹¹ El *escapulario*, en Brasil, suele ser llamado *patuá*, *breve*, o *bentinhos* (plural de *bentinho* y diminutivo de 'bendita', del latín, *benedictu*, es decir, 'bendita'). Es un objeto de devoción formado por dos pequeños cuadrados de tela bendita, con oraciones escritas, o una reliquia que los devotos usan como colgante personal. (BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.)

algunos aspectos de la relación del cuerpo-vestido, pieza motriz de la estética vestimentar, con su ambiente social. Desde el inicio, la idea de desarrollo de la temática de la proxémica era situarla como base de la hipótesis de que la estética indumentar de calle no se reduce al desahogo de la creatividad o a un anhelo de diferenciación de la multitud (Thorstein Veblen)²¹², sino un acopio de la práctica de una alteridad (tactilidad cotidiana o proxémica social, como también la designamos) que debe ser ejercitada como 'una necesidad de compartir experiencias' que impulsen cambios necesarios para la optimización de la vida colectiva (Oitica). Hemos llegado a esta suposición sobre 'la estética' a partir de su desarrollo en el ambiente callejero en convivencia con el público, constatando la eficacia de su 'fisonomía indumentar' como agente socializador.

La otra reflexión que nos hemos propuesto concierne a la incidencia de determinados factores temporales (y por ende, espaciales) que influyen en la aprehensión de la obra por parte del espectador, para quien esta experiencia representa más que la 'asimilación de nuevas referencias' del campo estético e indumentar, puesto que, las vivencias estéticas en cuanto demandas externas, siempre aportan reflexiones a quien las vive, capaces de romper 'esquemas previos de evaluación'. En tales circunstancias, podemos dimensionar mejor los daños causados por los hábitos desarrollados en la rutina diaria. Si bien éstos no restrinjan las acciones del individuo, como observa Bourdieu, condicionan sus respuestas a estas sollicitaciones externas, concurriendo a una vida estancada, sin motivaciones ni perspectivas. En este sentido, el acercamiento a la estética cotidiana (vestimentar) puede significar para él la oportunidad de vivir una experiencia a la vez contemplativa e interactiva, distinta de los parámetros habituales de vivencia de este género.

Los factores espacio-temporales a que aludimos en el inicio del párrafo anterior fueron fruto de la observación de ciertos caracteres identificados en la estética vestimentar, que en este momento se suman a los rasgos plásticos ya señalados en las imágenes para conferirle personalidad: casualidad, imprevisibilidad y espontaneidad son algunos de ellos, aunque otros puedan sobrevenir conforme a la manera particular como se interpreten sus datos externos. Su relación con el espacio o con el entorno es cotidiana, dinámica, pulsátil, vívida y colindante al concepto de arte-vida.

En una reflexión sobre concepciones temporales asociadas a la estética vestimentar, en el apartado siguiente, retomamos este asunto, mostrando el potencial sugestivo de estos factores, tanto en la recepción/interpretación como en la producción de esta estética.

²¹² Cf. la *teoría del consumo* del autor que afirma ser 'la distinción', la busca esencial de la conducta humana.

6.2. Reflexiones acerca del espacio, tiempo y movimiento y sus vinculaciones con los conceptos de realidad y virtualidad, en el proceso de emisión y recepción de la obra.

El concepto de espacio en las artes plásticas contemporáneas ha sufrido transformaciones a consecuencia de los cuestionamientos sobre Arte surgidos en la Modernidad (siglo XX) y posteriormente desarrollados en la Postmodernidad.

En la tradición pictórica de Occidente, el uso invariable del espacio-tiempo-movimiento bidimensional y virtual, demarcó las fronteras entre las artes del pasado y de la contemporaneidad. Los avances de la ciencia, el desarrollo de la industria y de las tecnologías, ejercieron una influencia decisiva para esta escisión, afectando no sólo al universo artístico, sino a los distintos sectores de la vida cotidiana.

En el terreno artístico, el reflejo de estos cambios se ha observado principalmente en la atención dispensada al movimiento, iniciada con las investigaciones pictóricas planimétricas de Degas. No obstante, fue en las dos primeras décadas, en el periodo de las vanguardias y de radicales transformaciones en la escena, que se asistió a la incursión del espacio, tiempo y movimiento reales en las artes plásticas, especialmente, en la pintura²¹³ y la escultura.

Un proyecto pluridisciplinar enganchado por las artes escénicas y con el apoyo de la danza y del cine, incluyó la participación de la pintura de una forma totalmente innovadora. Emancipada de lo bidimensional y añadida a un cuerpo en movimiento, el del bailarín (cf. los Ballets Ruso, Sueco, Mecánico), incorporó, en estos eventos, el tiempo y el movimiento reales, cambiándole de modo radical su carácter original de expresión esencialmente estática y atemporal.

El cambio posterior de estas variables (espacio-tiempo-movimiento) y tan radical como el que ha ocurrido en el periodo vanguardista, vino algunas décadas después, en los años 60, con el perfeccionamiento y desarrollo de nuevas tecnologías que sirvieron de herramientas de elaboración y de documentación de eventos como instalaciones, happenings y performances. Los multimedia pasaron a disputar, desde entonces, con los antiguos instrumentos de creación, un espacio que era exclusivo de éstos, introduciendo en las instalaciones, imágenes videográficas de proyecciones de diapositivas y beneficiando asimismo a los artistas, en sus acciones, registrando su 'imagen en movimiento'. Algunos de estos medios que antes eran herramientas de creación, han alcanzado el

²¹³ Hacer del traje una *pintura en movimiento* fue el principio que motivó al ruso Diaghilev (1909-25) a crear los ballets rusos, en el periodo de las vanguardias. Para ello, contó con un significativo elenco de pintores, figurinistas, bailarines, coreógrafos, cuyos trabajos influyeron al coreógrafo Rolf de Maré en la creación de los ballets suecos, en 1920.

estatus de modalidad artística, como el vídeo, que dio origen a otra categoría de artista, el *videomaker*.

Estos datos informan sobre algunas de las más significativas contribuciones de la ciencia y de la tecnología, al Arte, en términos de innovación. Sin embargo, no debemos reducirlos a meros equipos funcionales, pues más que eso, ambas son responsables del cambio de comportamiento por el espectador frente a las obras de arte, y por el desarrollo de su percepción (antes restringida a captura de imágenes fijas, producidas en un tiempo distinto al de la vivencia de la obra).

A partir de entonces, ha entrado en escena la Psicología Moderna (Wundt, 1879) como palanca metodológica indispensable a las investigaciones experimentales de la Estética, fundamentalmente, a la comprensión de un capítulo científico inédito hasta entonces, escrito por Wertheimer (1912), ampliado por Koffka y Köhler²¹⁴ y que vendría a revolucionar la manera de percibir y evaluar no sólo el Arte, sino los fenómenos psíquicos, en general: la *Gestaltheorie*.

La Teoría de la Forma, como es habitualmente mencionada por la Estética, Arquitectura y Psicología, explica que mirar una imagen estática no es lo mismo que intentar aprehenderla en movimiento, ni hacer conexiones entre planos sucesivos de imágenes que se alternan entre sencillez y complejidad. Esta aparente 'simplicidad' del ejercicio de una mirada lanzada sobre un objeto estático y sobre este mismo objeto en movimiento, representa por sí solo un paso adelante hacia el descondicionamiento perceptivo, que repercute tanto en un plano subjetivo, operando transformaciones en un nivel más profundo de lo inconsciente del individuo, como en una escala más amplia, colectiva.

El uso 'creativo' del espacio real, en detrimento del espacio convencional (bidimensional), es un aspecto que merece atención y funciona como estímulo para 'modificación de ciertos patrones de comportamiento' por parte de los artistas. Este 'nuevo espacio' tanto puede estar circunscrito a un dominio oficial (museo o fundación) o extraoficial (como la calle, la plaza, un jardín, la playa, etc.) El desplazamiento del 'lugar del arte' junto con las acciones y propuestas artísticas innovadoras, significaron un gran adelanto para el propio arte, porque lo emancipó de fórmulas y soluciones repetitivas; para el espectador representó la oportunidad de vivir experiencias totalmente inusitadas en su cotidianidad, distintas a las que practica habitualmente. Analizando la cuestión bajo este

²¹⁴ Recordamos las contribuciones de los filósofos y psicólogos austriacos Ernst Mach (1838-1916, siendo este además, físico) y Christian von Ehrenfels (1859-1932), en el desarrollo de los estudios sobre las sensaciones del espacio-forma (dado psicológico) y tiempo-forma (dado físico), considerados los antecesores más cercanos de la psicología de la Gestalt. A von Ehrenfels le han atribuido el título de mentor del concepto *gestalt* (1890) y asimismo de la corriente psicológica que acabamos de citar.

prisma, verificamos que la aportación de la ciencia y de la tecnología fue dirigida no sólo al Arte, sino a otras áreas del conocimiento que a ejemplo de la Psicología, le acompañan *pari passu*.

Los avances científicos resultaron significativos para la ampliación de sus investigaciones (en los campos teórico y práctico) sobre la percepción visual, iniciadas por la Escuela de Ulm (1919-28) y *a posteriori*, difundidas por la Bauhaus. En términos concretos, estas investigaciones representaron para el universo artístico, un cambio de perspectiva respecto a la supremacía de la visión sobre los demás canales perceptivos, que resultó en la emancipación del carácter puramente visual de la obra de arte e incorporación de las vías sensoriales – táctil, auditiva, olfativa –, que una vez asociadas, pasaron a ejercer mayor influjo sobre la percepción del espectador en la captación del dato fenoménico (sinestesia)²¹⁵. A este respecto, el arte del pasado nada pudo contribuir al público porque las sensaciones táctiles experimentadas por el espectador eran únicamente visuales, reafirmando un tipo de conducta siempre pasiva en su contacto con la obra. Sería solamente a finales de la modernidad que el arte tradicional le independizaría de los largos años de dominio de la visión y de la inercia contemplativa a que ella le subyugó, con la introducción de nuevas formas de manipulación del espacio y del tiempo en las proposiciones artísticas. El derrumbe de la autonomía de la visión y el consecuente franqueamiento de otras vías perceptivas antes relegadas y adormecidas, fueron acontecimientos que marcaron de modo decisivo la relación entre espectador y obra, de suerte que él pudiera disfrutarla en su integridad.

Realidad vs. virtualidad en el arte y en la convivencia social.

Las indicaciones sobre el empleo de los conceptos de tiempo y espacio en las obras de arte apuntan hacia la virtualidad o hacia la realidad. Sabemos que virtual en arte, es el espacio representado en una obra bidimensional y real, lo físicamente utilizado como elemento material constructivo en la arquitectura y en algunas esculturas (a las que se aproximan en términos de concepto, a la arquitectura, como las obras de Henry Moore). Este espacio es, por lo tanto, esencialmente visual y su gestión está vinculada a los distintos momentos de goce en el proceso de percepción de la obra; el tiempo, al contrario, además de ser esencialmente abstracto (salvo excepciones), se rige por los procesos por que pasa la materia: momentos, intervalos, duraciones, etc. Ahora bien, el hecho de encontrarse ambos indisolublemente unidos a la materia, permite a que

²¹⁵ Sinestesia: percepción múltiple simultánea, o simultáneo sentir envolviendo por lo menos dos sentidos. (Sobre el tema cf. SCHRADER, Ludwig. *Sensación y sinestesia*. Gredos, Madrid: 1975.)

la terminología aplicada a uno sea igualmente válida para el otro.

El tiempo virtual, lo ejemplifica muy bien Vicente Aguilera Cerni²¹⁶, cuando menciona sobre lo que es representado en las obras del periodo cubista analítico “en las que el objeto de la representación aparece fragmentado, de modo que su recomposición se comporta en instantes distintos durante el proceso de percepción del espectador. En cambio, lo real sería aquél presente en las obras donde el movimiento interviene como factor constituyente o en las que solamente pueden ser íntegramente percibidas mediante la movilidad de quien las percibe”. En este caso, el espectador es 'empujado' a desplazarse para que pueda contemplar la obra en todas sus dimensiones.

Según la ciencia (Einstein), el tiempo es sólo una dimensión del espacio. En la perspectiva filosófica (*lato sensu*), es así como el espacio, una forma objetiva y concreta de la materia en constante dinámica, tal cual se verifica en un momento preciso del recorrido efectuado por el performer de la estética vestimentar. En cambio, la noción de tiempo psicológico basado “en una ley interna de la mente” (Kant), lo vivencia exclusivamente el idealizador del trayecto.

Para que el vestido sea aprehendido en su complejidad como expresión estética de calle, debe articular los conceptos de espacio, tiempo y movimiento, así como vincular propiedades relativas y cambiantes (volumen, extensión, relaciones, etc.) que justifiquen su (momentánea) condición corporal y de objeto que se mueve en un universo material.

Ahora bien, el espacio plástico, bidimensional, virtual y delimitado, cede lugar a la calle, con sus proporciones agigantadas y naturaleza completamente adversa: ambiental, real, tridimensional y variable. Es en este espacio real que la estética vestimentar actúa, sensibilizándolo, confiéndole 'aura estética'; es donde el yo (es decir, la ipseidad fundada por cada estilo vestimentar) favorece la práctica de la alteridad al crear el 'ambiente' favorable a la tactilidad (o la proxemia) social, a la experiencia estética común.

En sus análisis sobre el espacio, Maffesoli se atiene a la sinergia en la conjunción de lo natural (simbolizado por el espacio) y de lo social, destacándola como una de las señales distintivas de la Postmodernidad. Al proclamar que el espacio es “lo que me conecta a los demás” (1989), el autor reconoce entre sus esenciales atributos, una potencia mediadora de socialización que se concretiza en cualquier evento, ya sea cultural/estético o no, como el sencillo acto de conversar con un desconocido. El corolario de este razonamiento, es que la función mediadora del espacio es una propiedad afianzadora de expresiones cotidianas entre las cuales se incluye la estética vestimentar.

²¹⁶ (Dirigido por) AGUILERA CERNI, Vicente. Dentro de *Diccionario del Arte Moderno* (Quiere #, pp.188,189), Fernando Torres, Valencia:1979.

Anteriormente hemos debatido sobre el aura estética para referirnos al 'sentido común' (*aisthesis*) que orienta los individuos a reconocer 'conjuntamente' las características sensibles sea de un evento, un vestido, un peinado inusitado o una expresión cultural cualquiera. Siguiendo el razonamiento del sociólogo, el carácter 'socializador' del espacio pone la experiencia estética (o la apreciación de estos hechos estéticos) como una práctica territorial y consuetudinaria²¹⁷ entre los que circulan por el centro de las zonas urbanas. La 'misión' del espacio en 'este contexto' es proporcionar el acceso a las vivencias estéticas, a los cambios simbólicos, a la proxémica y al florecimiento de nuevos grupos de perfil estético heterogéneo, distintos de aquellos nacidos con la contracultura, pero igualmente coligados por caracteres exteriores comunes, como el empleo de lo artesanal y de la experimentación en el proceso de creación de la imagen indumentar personal.

Hemos constatado el protagonismo del espacio y tiempo virtuales en la convivencia humana diaria, a partir de ejemplos que demuestran cómo los desplazamientos hacia algunos locales públicos se han vuelto innecesarios. Sin embargo, reconocemos que este problema no fue provocado exclusivamente por los avances tecnológicos (internet, la telefonía), aunque los contactos virtuales, cualquiera que sea el medio utilizado, han sido un fuerte obstáculo a la comunicación 'cuerpo a cuerpo' y un estímulo al recogimiento (doméstico).

Los cotejos de este aislamiento de la vida cotidiana son posibles en 'lugares'²¹⁸ como los bancos, donde se puede tener un control sobre la frecuencia rutinaria de las personas. Allí, los efectos de la comodidad virtual empezaron a ser observados con una regularidad cada vez menor de usuarios, por las facilidades con que se obtiene cualquier tipo de información y servicio desde un ordenador o de un móvil. Estos aparatos les posibilita, además, una amplitud de operaciones que les ahorran los desplazamientos: visitar un museo, viajar, dialogar con otras personas que estén en cualquier punto del planeta, hacer compras y realizar ventas, trabajar, en fin, todo lo que sea factible por vía virtual. Este 'confort' no encuentra límites en un mundo informatizado y globalizado, en el que la rapidez de las informaciones y de los servicios son más valoradas que el contacto humano real.

²¹⁷ Maffesoli usa el sinónimo *costumbre* para designar, a la vez, (1) la expresión de la sensibilidad colectiva, o lo que produce socialización en una determinada comunidad; (2) la expresión de la emoción común de aquello que hace que nos reconozcamos en comunión con los otros; (3) una de las particulares modulaciones de la comunicación, aquello que estructura la realidad social. (M. MAFFESOLI: "A comunidade emocional", en op. cit., 1987, pp. 13-43.)

²¹⁸ Son bastante clarificadoras las definiciones y ejemplos de los términos *lugar* y *espacio* en los análisis de Augé. Al primero lo define como 'el lugar del sentido inscrito y simbolizado, el *lugar antropológico* propiamente dicho, donde los trayectos se efectúan, los discursos se pronuncian y es caracterizado por un *lenguaje*'. Con relación al *espacio*, pone énfasis en su carácter *abstracto*, verificado en el empleo corriente que hacemos de él, al referirnos, por ejemplo, a un suceso (que ocurrió), a un mito (lugar-dicho), a una historia (lugar histórico), o aún, a una extensión (distancia entre dos puntos) o grandeza temporal ('en el espacio de una semana'). [AUGÉ, Marc: "Dos lugares aos não-lugares", en *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Papirus, Campinas: 1994. pp. 76-77.].

En los países donde la industrialización se hizo más temprano, el contacto corporal ha disminuido sensiblemente en algunas situaciones cotidianas, sobre todo en el sector servicios: en la búsqueda de informaciones (se habla por teléfono con un contestador automático que da acceso enseguida a un menú de opciones); en el manejo de las máquinas de comidas y bebidas rápidas (café, colaciones embolsadas, refresco, etc.) diseminadas por las cafeterías, oficinas de trabajo, estaciones de metro y hospitales; en los aparcamientos abiertos, en la calle; en la compra de un periódico; en las gasolineras, etc.

El contacto virtual, en estas circunstancias, se 'encubre' por detrás de la bebida que seleccionamos, supuestamente preparada por 'alguien' a quien, antes de la proliferación de las máquinas, solíamos dirigir un 'hola' seguido de una sonrisa, al hacerle nuestro pedido, actitud que se extendería a los demás ejemplos. Situación idéntica se observa con la mensajería electrónica (ICQ's, chats, e-mails, blogs y redes sociales), instrumento de comunicación por excelencia en la actualidad por su rapidez y eficacia, él se ha tomado cada vez más presente e imprescindible en el día a día de las personas, al lado de la telefonía extendida por Internet. Por su intermedio nos comunicamos con 'el mundo', estableciendo una conversación informal, solicitando datos, informaciones, servicios, registrando reclamaciones y sugerencias, enviando invitaciones, etc., a un destinatario (persona física o jurídica) cuya fisonomía y voz muy probablemente jamás tendremos la oportunidad de conocer.

Ahora bien, hemos aceptado con naturalidad, tanto esta comunicación virtual como la incorporación de aquellas acciones maquinales, rutinarias, ausentes de 'humanidad' (como los bienes de servicio que hemos mencionado), en sustitución a los rituales diarios de convivencia social y familiar, sin percatarnos de sus riesgos para un sano intercambio personal, que antaño daba 'otro sentido' a nuestra existencia. Estos rituales²¹⁹ van desde experiencias sensoriales básicas, como el ejercicio del olfato, vivido en la simple preparación de un café o zumo; de la tactilidad en un apretón de manos; en el contacto con la naturaleza, hasta los diálogos más distendidos. Orientándonos por estos ejemplos, observamos que la vivencia unidimensional (entiéndase por ella el ensimismamiento consecuente del alejamiento de vida social), no compromete únicamente el desarrollo de la

²¹⁹ Ritual aquí significa el modo básico de ejecución de acciones usuales, de periodicidad más o menos regular, diferentemente de 'su concepto antropológico' (Da Matta, 1990) que toma como base la dialéctica entre *cotidiano* y *extraordinario*, entre un *mundo real* y un *mundo especial*, para explicarlo como una transformación de sentido de un dato rutinario, sin perder de vista la cuestión de los contrastes mencionados, ni del objetivo de lo ritual, que es poner en evidencia ciertos aspectos de la realidad social que se encuentran naturalmente velados por la rutina, intereses y complicaciones de lo cotidiano. (Da Matta, Roberto, op. cit., pp. 31-335, adaptado).

percepción, de la afectividad, sino también, la calidad de comunicación entre los individuos.

El espacio (*latu sensu*) emerge de este contexto como el medio favorable a la práctica y goce de varias experiencias (incluyendo la estético-sensorial, importante para el desarrollo integral del individuo) cuyo objetivo final es la socialización. Somos los que le sensibilizamos, los que le dotamos de humanidad, de afectividad por medio de nuestras acciones, asimismo manifiestas a través de la práctica de la creatividad. A partir de esta visión, desvelamos otras de sus dimensiones, mostrando que además de 'grandeza geoméricamente perceptible', él es "un conjunto de los elementos que hacen comunicación" (Maffesoli 1996: 264). Entendemos, por ello, que bajo esta condición, el espacio alberga otras tres magnitudes que se intercambian permanentemente para la manutención de su equilibrio autorregulador: la primera de ellas, la estética, se encuentra en perfecta consonancia con la dimensión simbólica²²⁰; ambas se manifiestan en la calidad de componente no verbal de la comunicación y se despliegan en la tercera, la potencia socializadora. Cuando se refiere al espacio *stricto sensu* Maffesoli cita 'la ciudad', defendiendo la idea de que para ser entendida en

²²⁰ Jean Chevalier y Alain Gheerbrant en el prefacio de su obra (1982), no propone un concepto acerca del término en destacado, sin embargo nos lleva a comprender su significado en un estudio sobre el *valor simbólico*. Allí él comenta que este *valor* 'se actualiza de modo subjetivo, siempre que una relación tensa o de tipo intencional, conecta el signo que estimula y el sujeto que lo percibe, desplegándose, en ese instante, una vía de comunicación entre el sentido oculto de una expresión y la realidad secreta de una expectativa'. Trasponiendo esta idea a la relación propuesta en el texto, entre *estética* y *símbolo*, diríamos que, así como *producto estético*, todo *símbolo* es portador de un sentido del cual percibimos únicamente la superficie pero que somos inconscientemente empujados a desvelar por cuenta de la conexión de fuerzas de tensión, subrayada por los autores. Este empuje no es más que la potencia comunicacional del símbolo (y, consecuentemente del producto estético), actuando sobre el inconsciente, exigiendo de él una respuesta a una 'realidad (objetual) compleja'. El aspecto relacional enfatizado por ellos en el concepto en cuestión, nos lleva a concluir que, tanto el *símbolo* como la *obra estética* pone al sujeto y a la 'cosa simbolizada' (o el evento estético) en un estado circunstancial de comunicación, que nos remite a la noción del *estar-junto* propuesta por Maffesoli (cf. p. 25, 49) Es importante destacar los puntos en común entre algunas *funciones* del símbolo, señaladas por Chevalier y Gheerbrant y aspectos de la estética vestimentar de calle sobre los cuales hemos hecho hincapié desde el principio. El papel *unificador* del símbolo es condensar la experiencia integral del hombre: religiosa, cósmica, social y psíquica (en los tres niveles: inconsciente, consciente y supraconsciente), situándolo en esta intrincada red de conexiones, permitiéndole, así, sentirse parte integrante del universo. La *estética*, dentro de este paralelismo, posibilita al individuo vivir una serie de experiencias a través de los 'papeles que él interpreta', manteniéndolo en sinergia con su universo creativo, personal (psique), sus relaciones sociales, sus ideologías, creencias, influencias culturales: la función mediadora implicada en el careo de conceptos, tendencias o fuerzas antitéticas, reuniéndolas por medio de alguna relación. De acuerdo con esta perspectiva, el símbolo sería un factor de equilibrio y aseguraría al psiquismo una actividad mental intensa, sana y liberadora, a la vez. A la primera mirada, el aspecto antinómico más contundente de nuestra estética correspondería al par, utilitarismo vs. estética, no obstante, otros pares pueden surgir de la interpretación que cada uno haga. La *función mediadora*, como tiende a reunir, muestra que el símbolo es un 'elemento' relacional, que tiene el poder de establecer vínculos entre tendencias antagónicas y lograr unidad por medio de la diversidad. En virtud de este su 'perfil', al individuo que se atavia de modo usual, por ejemplo, le es dada la oportunidad de confrontarse con otros que poseen un estilo vestimentar que refleja una óptica de vida (muchas veces) distinta de la suya. Y por último, el hecho de que un determinado símbolo pueda tener varios significados e interpretaciones en las diversas culturas en que está presente, le confiere un carácter afectivo, socializante, porque es compartido por un amplio número de personas. Esta su *función socializante*, en la perspectiva de los autores, vuelve el símbolo, 'un instrumento de comprensión interpersonal, intergrupal, internacional y un considerable paso en el proceso de socialización'. Su carácter universal le posibilita alcanzar lo individual y lo social, a la vez, y el que busca su significado, logra penetrar, según proponen, 'en el sentido de los símbolos de una persona o de un pueblo, conociendo más a fondo a ambos'. (Cf. CHEVALIER, Jean y GHEERBRANT, Alain. Dicionário de Símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números. José Olympio, Rio de Janeiro: 1994.)

su devenir comunicacional, es necesario enfatizar la nebulosa noética que paira sobre ella, reconocida 'en los flujos afectivos, en las manifestaciones estéticas, en los movimientos éticos', tornándose más patente en todo lo que engloba 'lo sensible, lo sensual, lo coloreado, las lentejuelas, lo dionisiaco y que juntos, caracterizan una cultura' (Ibíd: 265, adapt.). El sociólogo debate sobre el aura estética del espacio siempre apoyado en una perspectiva universal, solidaria y humanística, situándola como el eslabón que vincula al individuo a la vida y lo mantiene unido a los demás por las afinidades (de objetivos, de aficiones) y responsabilidades compartidas por ellos, en sociedad.

La virtualidad en el Arte (en el proceso de emisión y recepción de la obra) y en la convivencia social, traen al debate algunas cuestiones conflictivas, relevantes para este estudio, como el bloqueo de las vías sensoriales, el estancamiento de la sensibilidad (estética), el encierro familiar y propone en contrapartida como 'alternativa', la convivencia en los espacios públicos en cuanto el lugar por excelencia de desarrollo de todo tipo de comunicación (verbal y no verbal) y de la solidaridad. La exposición pública en cuanto estrategia de interacción se contrapone a la socialización virtual. El arte vestimentar permite alcanzar tal fin gracias a su potencia comunicacional y transformadora, que le posibilita el diálogo con el espacio donde circula, y a su capacidad de inducir sensaciones, evocar distintos sentimientos, provocar reacciones, en una palabra, seducir, emocionar, avivar el intelecto, que son tareas propias del Arte. Es exactamente lo que esta experiencia estética se propone, posibilitar que el individuo penetre en el mundo de las ideas, sin necesariamente renunciar al universo sensible.

Hemos destacado el aislamiento doméstico y la pérdida en la calidad de las relaciones interpersonales, entre algunos de los principales puntos negativos referentes a la virtualidad, no obstante, admitimos algunos de sus beneficios a la vida funcional. El punto neurálgico de esta cuestión es su obstaculización a la socialidad que nos empeñamos tanto en remarcar a lo largo de este discurso.

El carácter social innato al ser humano (Aristóteles) cuando avivado y perfeccionado por vía estética, genera un ambiente (colectivo) de satisfacción contagiosa al que también podríamos nombrar 'pleno ejercicio de la solidaridad'. Creemos que es tarea del artista 'propiciar' esta socialización a través de la actividad creadora, expandiéndola a otros espacios y bajo nuevas propuestas de expresión en las que le permita acercarse cada vez más al público y con las cuales se pueda instaurar un ambiente social que sea factor de cohesión entre sus miembros.

Partiendo de esa ambición y de su factibilidad atestada por nuestros entrevistados,

aseguramos que, tanto la actividad (del artista) como la experiencia estética (donde están reunidos los componentes activo y pasivo) son vivencias únicas, sublimes, dentro de una perspectiva fenomenológica capaz de despertar en el individuo, un sentimiento insólito, indescriptible y a la vez, transformador, que le transporte a una dimensión (supra)sensible, extraterrenal. El estado de 'suprasensación' (o supraconsciencia) o de sensación de libertad interior que puede alcanzar, es el fin máximo a que la experiencia estética (*lato sensu*) debe conducirle. Oiticica nos enseña con su lección sobre la suprasensorialidad (otra forma de referirse a ese estado de elevación posibilitado por la vivencia estética), que la desviación del individuo del mundo fenoménico, material (aunque de modo circunstancial), lo conduce al desprendimiento de su 'yo' y, al mismo tiempo, a la sensación de pertenencia a una colectividad. Este discurso busca mostrar que el carácter beneficioso de la experiencia estética para el creador y el partícipe de la obra, está en el cambio de actitud y de reflexión hacia la colectividad, siendo que para este último, sobre todo, ella opera significativas transformaciones a un nivel subjetivo que, invariablemente, afectarán la sociedad de que ambos forman parte.

El Arte (o la experiencia estética) en este contexto, pone en evidencia su importancia en el desarrollo individual y social donde estas transformaciones son producidas, de la misma forma como destaca su eficacia en el cambio de mentalidad y de comportamiento de los individuos, que repercuten de modo edificante en su entorno social.

Motivados por esa perspectiva, hemos insistido en el desarrollo de los sentidos y de la sensibilidad estética, objetivando la suprasensorialidad (Oiticica) y el énfasis en la emoción colectiva (*aisthesis*) como base de toda solidaridad (Maffesoli). Recordamos que para lograr la primera meta, sería necesario ofrecer al individuo la oportunidad de enriquecer sus vivencias estéticas, con aspiraciones a la trascendencia de su percepción sensorial²²¹ a un nivel *suprasensorial*, tal como pretendía Oiticica. Este último término asumió un significado especial en su obra, extendiéndose más allá de la noción usual de estímulo-reacción limitada a lo sensorial, a la que suele estar vinculado. Ahora bien, la búsqueda de lo suprasensorial tenía como propósito crear proposiciones dirigidas a los sentidos, para a través de la 'percepción total', conducir el individuo a la suprasensación, a la amplitud de sus capacidades sensoriales, y con ella, revelar su centro creativo interior y desbloquear su espontaneidad condicionada por la vida cotidiana.

²²¹ Tomamos de Gadamer su aclaración sobre el sentido de término *percepción* para comentar "Percibir no es coleccionar varias y diversas impresiones sensoriales, sino 'tomar como verdadero', como dice la misma palabra en alemán".

El desarrollo de la percepción sensorial²²² y de la capacidad creadora del individuo, a través de la práctica permanente del Arte desde el inicio de su formación como persona, es una acción que previene el surgimiento futuro de los entresijos destacados por el autor. Una vez consolidadas ya en la niñez, estas experiencias sensoriales (perceptivas) y sensibles (estéticas), capacita al individuo a la aprehensión de todo tipo de estímulo estético-sensorial y elaboración de su propio juicio con respecto a tales estímulos, en cualesquiera que sean las circunstancias. De este modo, se incluirá a un público selecto, más atento a las diferencias, sutilezas y pormenores de la vida ordinaria y consciente de su valor afectivo-expresivo. En sus observaciones sobre la estética cotidiana, por ejemplo, se revelará beneficiario de una mirada instruida, más idónea que las demás, capaz de distinguir entre 'trivialidad' y 'distinción', dentro del complejo contexto del espacio urbano.

En la virtualidad, muchas de las informaciones legadas por la cosmética cotidiana se eclipsan junto con las posibilidades de intercambios proporcionados por ella, entre sus creadores y el público. En cambio, la hipótesis de que una convivencia presencial asentada en la *estesía* y en la simpatía, abre posibilidades para la transformación personal y social, venimos intentado probar desde el momento en que resaltamos la omnipresencia de esa estética²²³ en lo cotidiano, buscando evidenciar la conexión que existe entre su potencia relacional (en cuanto producto estético) y el principio 'socializador' del espacio. Por este motivo hemos concedido protagonismo a este 'principio', en este capítulo, porque es en este espacio (físico y urbano) donde las personas se encuentran y comparten 'sentimientos comunes'²²⁴, edifican sus relaciones o constituyen su 'comunidad emocional'

²²² Cabe, en este contexto, la referencia a la exposición "Poéticas da percepção" que ocurrió hasta el 30 de julio de 2008 en el Museo de Arte Moderno de Río de Janeiro, en la que el visitante explora sus cinco sentidos a través de las 39 obras allí expuestas. Para leer el informe sobre la exposición, acceder a la web: <<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0.MUL583126-5606.00EXPOSICAO+PERMITE+VER+PEGAR+OUVIR+CHEIRAR+E+ATE+COMER+OBRAS+DE+ARTE.html>> y para ver las fotos disponibles, abrir la siguiente página: <<http://g1.globo.com/Noticias/0GF58580-5606.00.html>> [Acceso en: 20 mayo 2008]

²²³ Los términos *estesía* [del gr., *aisthesía* 'sensibilidad', 'sentimiento'] y estética [Del gr. *aisthesis*, que 'siente', que 'comprende'; 'sensible'] son empleados, en ese contexto, para caracterizar el *sensualismo* presente en lo *cotidiano* (Maffesoli). Para este autor, la estética no posee cualquier relación con el erotismo, sino con los datos sensoriales 'captibles' en el referido contexto. Su significado acoge aún una concepción permeable de *producción* vestimentar multifacética, que es 'matriz de la vida social' (Idem). En esta acepción, es muy pertinente su vinculación al vocablo 'simpatía' [Del gr. *sympátheia*, 'participación en, o sensibilidad al sufrimiento del otro', 'compasión', por el latín, *sympathia*], que significa tendencia o inclinación que reúne dos o más personas; las relaciones que hay entre personas que instintivamente se sienten atraídas entre sí. (En BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.)

²²⁴ La estética (*aisthesis*) es lo que sostiene este sentimiento compartido. Podríamos hablar, en este caso, de una "estética del sentimiento cuya característica es la apertura hacia el otro, al ejercicio de la alteridad. Y es esta apertura lo que connota el espacio, el local y la proxemia" (Maffesoli, op. cit., 1987, p. 22). *Afinidades electivas* es otra forma de Maffesoli para referirse a estos *sentimientos comunes*. El autor toma el término del alemán y lo transpone al orden social, interpretándolo como "la simpatía universal del hombre con su ambiente natural, que refuerza su particular empatía con el ambiente comunitario. [...] varias actitudes caritativas, ayudas asociativas, división de trabajo, pequeñas sociabilidades de vecindades. [...] constitución de grupos de vida, de las pequeñas comunidades electivas, culturas de empresas, formas de espíritu doméstico que se desenvuelven de modo más o menos efímero, grandes manifestaciones religiosas. [...] Todo eso esta

(denominadas 'tribus' por Maffesoli). A él están vinculados otros conceptos que se han desarrollado aquí, como lo de 'afinidad electiva' implícitamente propuesto a través de términos como simpatía y estética, y asimismo relacionados a los principios que rigen la estética indumentar personal, ya anteriormente citados (potencia relacional y principio socializador).

'El énfasis en la emoción colectiva', segunda diana a que nos referíamos antes, depende de dos factores condicionados a la primera: (1) la exposición del objeto estético y (2) el reconocimiento de éste valor, lo que implicaría la comprensión de que, "mi emoción se 've' subordinada a un determinado objeto de contemplación por sus cualidades sensibles especiales que le confieren legitimidad estética". (El papel del gran público como el legítimo evaluador de las expresiones estéticas cotidianas, al contrario de lo que consideran las publicaciones oficiales sobre Estética, que restringe este compromiso a un cuerpo selecto de académicos y expertos.)

La emoción colectiva ('el sentir común') se manifiesta exactamente en este proceso embrionario que envuelve la aparición del objeto (emisión) y su contemplación (recepción). Es la fase inicial de una compleja relación entre la obra y el espectador y motivo de toda experiencia sensible compartida por la colectividad, cuya base se asienta en la etimología del término Estética, ya diversas veces rememorada a lo largo de este estudio.

Espacio, experiencia estética (vestimentar) y proxémica.

Los análisis levantados sobre el tema de la virtualidad se justifican, por un lado, por lo que ella representa como referencial paradigmático para un debate relativo a la proxémica social, sostén de la expresión indumentar de calle, y por otro, por la dimensión que ella ha alcanzado en los campos artístico, afectivo y social, sirviendo como punto de arranque para una reflexión sobre conductas que los individuos incorporan durante su existencia (sus modos de actuar y pensar) y que resultan perjudiciales a su convivencia familiar, social y desarrollo personal. Partiendo de este principio, el propósito de traer lo estético a la cotidianidad del individuo es una alternativa eficaz para el descondicionamiento de sus hábitos y actitudes que influyen de modo negativo en la formación de su pensamiento y en sus relaciones con la colectividad. Mucho más que una intermediación a las experiencias estéticas, artísticas, culturales, la vivencia constante de esta estética es una posibilidad real de cambio de perspectiva en la manera de sentir y percibir el mundo circundante y de intervenir inmerso en un ambiente afectuoso, emocional, [...] que vuelve difícil el análisis simplemente racional. (M. Maffesoli, *ibid.*, p. 15)

sobre este, ambicionando la transformación de estos patrones de conducta ya cristalizados por el tiempo. El refuerzo de estas posturas maquinales y anacrónicas tan frecuentes en las acciones rutinarias, representan un gran perjuicio para su progreso personal, en la medida que limita sus repertorios sensorial, estético y cognitivo, al mismo tiempo que le inmoviliza frente a las sollicitaciones externas. Además, defendemos que la cultura (en todas sus manifestaciones: estéticas, cívicas, religiosas, profanas) es un eficaz vehículo de socialización con el poder de diluir las distancias entre las personas y los grupos, predisponiéndolos a una mayor interactividad.

Los aspectos sobre el espacio gravitan en torno a temas como interactividad, proxémica, socialización, todos unidos por una problemática común que es 'el uso social del espacio', o bien, 'la interrelación del individuo con su entorno físico y social, así como su forma de actuar en él en las más variadas situaciones', conforme apunta Hall (cf. n. de pie n° 170). No obstante, en los estudios de psicodrama, otro concepto se vincula a los anteriores como un aporte epistemológico añadido para acalorar el debate entre espacio y socialización. Este concepto es 'encuentro' y fue utilizado por J. L. Moreno antes de ser incorporado por el psicodrama, advierte Bustos (1983), citando al autor: "encuentro significa más que una vaga relación interpersonal [...] significa que dos o más personas se encuentran, pero no solamente para enfrentarlas, sino para vivir y experimentarse mutuamente. En un encuentro las dos personas están allí, con todas sus fuerzas y debilidades, dos actores humanos bullendo de espontaneidad, sólo en parte conscientes de sus fines comunes"²²⁵ (Moreno, 1961: 336).

Si buscamos el significado de este concepto en la relación entre los actores de la estética vestimentar y el público callejero, observaremos que este 'vivir y experimentarse mutuamente', en el enfoque de Moreno, no es una experiencia habitualmente vivida en un primer contacto, ya que ni el medio ni las circunstancias en que los encuentros se efectúan, favorecen una aproximación tan estrecha como las que se observan entre dos personas que ya se conocen, pero la experiencia de los que la vivieron demostró que ella es posible.

La conexión entre proxémica y ciertas categorías de espacio²²⁶ que brotan de la convivencia social, son patentes.

²²⁵ MORENO, J. L. *Psicodrama*. Vol I Beacon, Beacon House & Hormé: Argentina, 1977 (citado por Dalmiro Bustos 1983: 26) en HERRÁNZ CASTILLO, Teodoro: *Psicodramas/Modos de pensar la psicoterapia desde una epistemología en cambio*. Disponible en la web: <<http://www.psicodrama.es/articulos/articulopsicodramat2.php>> [Acceso en: 17 sept 2006]

²²⁶ *Los territorios [públicos] cerrados* – que comprenden locales de lo sagrado, de esparcimiento, de cultura, de trabajo, etc., y *los dominios públicos abiertos* como la plaza, la calle, el centro de la ciudad que, en principio, no poseen una función delimitada. Entre estos últimos añadiríamos la playa y los parques como espacios de entretenimiento. (Cf. la categorización antropológica propuesta por Augé (op. cit., p. 55 ss.) fundada en el espacio del pueblo y en el territorio doméstico.)

El vínculo entre espacio y socialización y sus implicaciones en la vida colectiva, tema de interés antropológico, es aquí recuperado por la Estética (vía estética vestimentar de calle), que nos apunta el interfaz entre ambos estudios como el camino que puede llevarnos a la complejidad del objeto en estudio. Esta naturaleza compleja es producto del análisis sobre la efectividad de la apariencia (entiéndase, el cuerpo vestido) en la interactividad con el espacio social. Diríamos, en otros términos, que se trata de una investigación de su potencia comunicacional como fenómeno indumentar circunstancial, de calle, que por las condiciones en que se manifiesta, suscita cuestionamientos sobre los límites y la relación entre el espacio individual y el espacio del otro, lo que viene a ser, en otras palabras, el argumento central de la proxemia (o distancia social), tema que será detallado en el apartado siguiente, bajo el título 'espacio y socialidad'.

El espacio es, en este ámbito, la matriz territorial definida por una multiplicidad de polos de atracción con los cuales las personas se identifican, interactuando, mutuamente.

La adaptación sería otra manera de mostrar el sentido real de pertenencia y de relación de afectividad que individuos, grupos y comunidades pueden establecer con determinado lugar, estableciendo vínculos. Específicamente en esta circunstancia, la 'adaptación al medio' se aplica más por lo que representa el lugar (*latu sensu*) como un ente no-doméstico, ajeno e impersonal. Por eso se cuestiona la necesidad de situarse en él, como quien busca definir un lazo, una familiaridad, una relación de coexistencia que proponga una reflexión sobre una 'identidad compartida'.

De este razonamiento, nace el concepto de neotribalismo ideado por Maffesoli²²⁷, que viene a ser una forma inaugural de vínculo social establecido por medio de emociones compartidas, de un sentimiento colectivo con una perspectiva integral, que totalice vivencia y sentimiento comunes a través de la contemplación. La identidad del lugar guarda con ésta, una concepción idéntica, puesto que no nace del azar, sino de la reiteración (aquí implícita la noción de hábito) de determinados eventos y situaciones, emprendidos por las personas y grupos de gustos afines, que lo frecuentan por la 'simpatía' instaurada allí. Dicho de otro modo, "son las personas que dan 'personalidad' al lugar".

Por este motivo, la definición del perímetro de actuación de la estética vestimentar (contenido del apartado 4. 1.), ha sido más una *cosa mentale*, un territorio simbólico, pero no menos, real. Como *cosa mentale*, el vínculo con el lugar desaparece y toda la ciudad se torna 'ese territorio' (como lo es para Jaime Figura, que no predetermina las localidades de Salvador por donde

²²⁷ Cf. Michel Maffesoli, op. cit., 1987, p. 105.

deambula), que puede ser un barrio, una plaza (como hacen algunas esculturas vivas que eligen una, para sus actuaciones), o incluso una calle (v. ejemplos en los EUA, años 1900; los bohemios de la Greenwich Village y su estilo experimental de ataviarse; en Londres, la King's Road, en Chelsea, años 20 y 30; en la actualidad, en Berlín, la 'Kurfurstendamm', calle por donde desfilan creaciones extravagantes de la alta costura y en las grandes ciudades cosmopolitas como Tokio, São Paulo, Nueva York, Milano, cuyas calles se transformaron en pasarelas de desfiles de trajes excéntricos). Por otra parte, ese mismo procedimiento se explica, principalmente, por el anhelo en cambiar dichos efectos sobre la convivencia humana. Para eso, planteamos el abandono de conductas habituales reforzadas por la vida diaria, que desgastan las relaciones y empobrecen el repertorio sensorial de los individuos, sustituyéndolas por experiencias personales y colectivas más profundas instauradas en la vivencia cotidiana de la estética. (Señalaríamos la aparición de los performers vestimentares junto con las prácticas culturales y sociales como los principales leitmotiv de los intercambios personales.) Las referencias y estímulos que perpetrarían este 'proyecto', según defendemos, parten de los dispositivos culturales y sociales que se encuentran inmersos en nuestra vida común, que son las creencias, fiestas, tradiciones, arte popular, pero también asociaciones, instituciones y el medio natural, con todos sus atractivos.

6.3. (Otros) Conceptos de tiempo y de movimiento que caracterizan el vestido (efímero, cotidiano, mimético, casual, imprevisible, vislumbre, ocasional, espontáneo, formal, informal).

Museo es el mundo; es la experiencia cotidiana: los grandes pabellones para las muestras industriales son los que aún sirven para tales manifestaciones: para las obras que necesiten de abrigo [...] las que no necesiten de eso deben instalarse en los parques, en los terrenos yermos de la ciudad... (Oiticica, op. cit., p. 23)

El tiempo, en la obra de arte, asume *un sentido especial, simbólico*, de relación interior del hombre con el mundo, una relación existencial, más cercana a la filosofía y a las leyes de la percepción, *pero* (exclusivamente) *en este sentido*. (Ibid., p. 47, subrayados y paréntesis nuestros.)

En el subapartado de este capítulo, donde debatimos respecto del uso del cuerpo (vestido) en la exploración del espacio social, citamos algunos factores (espacio-)temporales inmanentes a su manifestación, como la casualidad, la imprevisibilidad, la espontaneidad, advirtiendo principalmente sobre el diferencial que estos factores representan para la apreciación del individuo sobre este

fenómeno (el cuerpo-vestido). Para él, cuya relación con una obra se da de modo pasivo y usual, tal fenómeno estético se le aparece como una experiencia contemplativa totalmente anticonvencional, que le posibilita la superación de condicionamientos adquiridos a lo largo de su existencia. En este contexto ambiental, su relación con la obra se vuelve cotidiana, dinámica, pulsional, vívida, más colindante al concepto arte-vida. Entre ambos se desvanecen las fronteras de la formalidad 'institucional', y se funda, en cambio, una nueva relación más cercana a la obra y al mismo tiempo coherente con su naturaleza. En una investigación sobre conceptos temporales asociados a la estética vestimentar, en el apartado siguiente, retomamos este asunto, mostrando el potencial sugerente de estos factores, en la producción estética.

La observación diaria nos ha revelado que el desarrollo de la sensibilidad sensorial y, sobre todo, de la sensibilidad estética, es una de las vías fundamentales hacia el conocimiento de los aspectos 'invisibles' de la realidad. Las acciones solidarias, los movimientos sociales, las luchas en favor de la igualdad, de la preservación de la historia y de la cultura como importantes patrimonios de la identidad territorial, el amparo a las tradiciones, y en un nivel más individualizado, la soledad, el aislamiento, el deterioro de los afectos, son algunos de estos aspectos.

El tiempo se hace 'aparente' en los diferentes contextos, a través de los estilos de vida, de los comportamientos, en toda aquellas acciones ya citadas y, en el campo de nuestro mayor interés que es la estética indumentar, además de los géneros artísticos que caracterizan épocas. A partir de este razonamiento, podríamos afirmar que el tiempo posee una 'plasticidad' variable de acuerdo con el espacio y las circunstancias (sociales, históricas y culturales) y que esta su modulación inmanente agregada a la estética vestimentar, le confiere un carácter especial que la distingue de las demás manifestaciones estéticas. Será este el leitmotiv que impulsará nuestros análisis en este apartado. La introducción del tema de la temporalidad se explica por su vinculación con el espacio, por lo tanto, la experiencia de la espacialidad es asimismo una vivencia de la temporalidad reafirmando este eslabón indivisible.

En nuestras observaciones diarias, hemos percibido varianzas de la escala temporal en la forma como la estética vestimentar se manifiesta y que le añaden una cualidad más, junto a las que se pueden trabajar como recurso creativo y ampliación de los estudios en la esfera artística. Fue a partir de esta posibilidad de ser desarrolladas como expediente de creación, que hemos adjetivado temporalmente estas producciones indumentares.

La 'efimeridad', primera de estas adjetivaciones y motivo inaugural del 'trabajo de

investigación', es una de las cualidades circunstanciales de 'nuestra' estética, que demanda del observador una agudeza perceptiva capaz de hacerle captar, en el corto espacio de tiempo de su aparición, sus datos sensibles y simbólicos más esenciales. La efimeridad, así, sugiere una rápida lectura del 'fenómeno estético' y un adiestramiento de la mirada de su apreciador, que le permita una aprehensión de la obra (el vestido) en su totalidad, considerando variables de tiempo, espacio y movimiento (del cuerpo, su fuerza motriz), que juntos intervienen sobre esta 'lectura'. Este dato temporal aparente en la estética vestimentar, nos invita, por otro lado, a reflexionar sobre su esencia sugestiva: 'Si mi ipseidad como observador se consubstancia al contacto con mi alteridad, (representada en este caso por el performer indumentar), puedo ponderar aspectos sutiles que capto de este contacto con ella, como la fugacidad, por ejemplo, y sacar provecho de este 'encuentro', aunque hubiera sido tan sólo visual'.

Maffesoli argumenta en sus evaluaciones sobre este vínculo entre espacio y socialidad concretizado a partir de la concordancia ipseidad↔alteridad que, "la óptica (la visión de lo longinquo) [...] se opone a lo táctil (el tacto, lo próximo)"²²⁸. Nosotros, en cambio, defendemos que, en circunstancias semejantes, lo visual se vuelve táctil al punto de permitirnos, como espectadores sensibles, 'tocar lo que miramos'. Partiendo de ese juicio, aseveramos que la socialización se consuma sea porque aquello que 'tocamos' posee atributos idénticos a los nuestros (es el caso del proceso de identificación entre las tribus o grupos urbanos) o por el contrario, porque somos empujados por atributos inauditos que nos producen una verdadera fascinación.

Este tipo de especulación se extendería infinitamente por las demás variantes del tiempo (y del espacio, como lo ha hecho primorosamente Bachelard, en su poética), por expresar un ejercicio pleno y efectivo del imaginario y del ingenio de la conciencia, inconfundible en las expresiones estéticas.

Lo 'cotidiano', a su vez, ha sido fuente de investigación artística desde siempre, pero fue con la pintura costumbrista que conquistó su mayor popularidad y que vino a ser recuperada con igual pujanza, sólo en la actualidad.

En el trabajo de investigación²²⁹, el tema de lo cotidiano fue analizado como una fuente de

²²⁸ M. Maffesoli, op. cit., 1996, p. 260.

²²⁹ Nikolai Foregger (1892-1939), escenógrafo y director teatral ruso, ha concentrado sus motivaciones en el music-hall, llegando a contribuir con un artículo de igual nombre en el que deja sobresalir su aprecio por la agitación del mundo urbano (su inagotable fuente de inspiración), poblado por máquinas, coches, bocinas, etc., pero a la vez, se muestra fascinado por el gusto artístico común, allí tan patente: "Entre 'nuestros padres' reconocen en la pintura, el cartel del circo, la portada de la novela popular; en el ballet, los bailes americanos del café-cantante; en el teatro, el music-hall, el cine, el circo, el café-cantante, el boxeo". (FOREGGER, Nikolai: *El arte de vanguardia y el "music-hall"* (1922), en *La escena moderna: manifiestos*

estudio y de inspiración para los artistas de vanguardia. En las artes plásticas de este periodo, representó para pintores como Fernand Léger, la perfecta traducción de lo que es la espectacular dinámica de la vida, en lienzos y proyectos para ballet (v. el Ballet Mecánico).

Léger invoca la poética de lo cotidiano, de la vida urbana, al tiempo en que se empeña por trasladar dicha poesía a su trabajo, de un modo muy subjetivo. El hombre es para él parte esencial de este contexto urbano, su recurso temático preferente y encarnación de esta poética, desapercibida por la mayoría de las personas y manifiesta en las acciones rutinarias más banales: "por la calle van dos hombres que en un carro de mano transportan varias letras doradas ('escribe'); el efecto es tan inesperado que todo el mundo se detiene a mirar"²³⁰.

Sería también este mismo entorno urbano que le proveería factores temporales (imprevisibilidad y efimeridad) como recursos de creación y contrastes, tanto de elementos más palpables, a ejemplo de los colores saturados, como de ingredientes más sutiles, originados de las relaciones entre un mundo natural y otro, constituido por las acciones humanas (maquinales) que juntos, componen este ambiente.

Este amalgama de elementos expresivos es lo que concede vitalidad a la escena urbana, transformándola en un campo de afianzamiento de la espectacularidad cotidiana, en el que las personas son a la vez, protagonistas y espectadoras. Es del contexto urbano que comprende la calle, la plaza, los sitios de entretenimiento (el circo), y de donde brota su inspiración, pues es allí que se encuentra el origen del espectáculo moderno marcado por la singularidad y lo imprevisible de las escenas, según declara.

En sus escritos, Léger subraya su sensibilidad a los datos sensoriales presentes en la vida común, así como pone de forma muy evidente su preocupación por la búsqueda de la belleza espectacular de lo cotidiano, al tiempo en que como artista reconoce la difícil tarea que es incorporar

y textos sobre teatro de la época de las vanguardias, op. cit., N. del E. n.74, p. 334.) Foregger, además, se identificaba bastante con la dinámica de la ciudad (entiéndase como territorio compartido por la colectividad), poniendo de relieve su pasión por la vida cotidiana, por el tiempo presente, manantial constante de creación para el artista. El director, en su artículo sobre el music-hall, hace una amplia descripción de su importancia para el teatro como un nuevo estilo motivado por ese 'presente', por esa cotidianidad y por el arte popular, resaltando de estas dos, su valor plástico y poético: "[...] él considera su época, sus compañeros y los caminos que emprende [...]. Es por completo la vida de hoy en día, y encuentra en cada nuevo día una materia digna de arrebatarle. [...] Mucho antes que el futurismo, el music-hall celebra la belleza de la ciudad y de los coches, asume su enseñanza, revelando el aspecto esencial de la mecanización [...] en la acción escénica. [...] Ha sido el primero en comprender [...] la alegría de la vida acelerada, ha encontrado la música en la explosión de los motores". (Ibid.. p. 339) [Subrayados nuestros.] El autor, en reproche a la evaluación de la crítica respecto de las artes dirigidas "a la percepción formal, sensual" acusándolas de no abrir brechas al cuestionamiento, al desarrollo y ejercicio del espíritu crítico del público, ha hecho del music-hall un medio para romper con añejos hábitos y comportamientos condicionados, revelando su obstinación en "acostumbrar a las masas a ritmos nuevos, a personajes, palabras, modos de percibir e, incluso, métodos de pensamientos nuevos". (Ibid, p. 338)

²³⁰ LÉGER, Fernand. *Funciones de la pintura*. Paidós, Barcelona: 1990. p. 99.

el manantial de informaciones que el mundo exterior le proporciona y traducirlas plásticamente con igual nivel de perfección que este mismo mundo se le manifiesta:

“[...] aplastado por la enorme puesta en escena de la vida [...] le queda (al artista), para conseguir público, elevarse al nivel de la belleza considerando todo lo que le rodea como materia prima, escoger frente a lo que se presenta a sus ojos los valores plásticos y escénicos [...], interpretarlos en un sentido espectacular”²³¹.

Volver los sentidos hacia los pormenores de la vida mundana, a lo cotidiano, es también una práctica ejercida por el pintor Antoni Tàpies y, a la vez, una invitación extensiva a todos, en su prosa-poética “El juego de saber mirar” (1971).

Mientras Léger enfatizaba la acción y el desplazamiento de las personas como si fueran pinturas en movimiento, y la belleza y dinamismo de la vida moderna cuyos cambios afectan nuestra percepción (“la vida gira a tal velocidad que todo se hace móvil”)²³², Tàpies se mostraba convencido de la necesidad de una reeducación previa de la mirada como una práctica pedagógica e indispensable al desarrollo de la percepción y sensibilidad del individuo. Creía, además, que instrumentado de ese modo, se revelaría un espectador más vigilante y receptivo a todas las señales simbólicas o no, y a los detalles que lo cercan, sin filtros o prejuicios, en un efectivo entrenamiento de la sensibilidad y del pensar. Tras la apariencia de lo más sencillo de los objetos podemos encontrar, conforme insinúa, una infinitud de sugerencias e informaciones subliminales que facilitan no sólo la acción creativa sino la vida útil. Tàpies toma la silla como referencia (un objeto tan usual como lo es el vestido), para construir un discurso poético-descriptivo a partir de sus cualidades tangibles y de ingredientes propios de su universo, elevándola de su carácter habitualmente funcional al de 'elemento expresivo':

“Mirad el más sencillo de los objetos. Tomemos, por ejemplo, una vieja silla, Parece que no es nada . Pero piensa en todo el universo que incluye: las manos y los sudores cortando la madera que un día fue árbol robusto [...], el trabajo amoroso de quien la construyó, [...] los cansancios que ha aliviado, los dolores y las alegrías que habrá aguantado. [...] Todo, todo participa de la vida y tiene su importancia. [...] Cuando miráis, no debéis pensar nunca lo que la pintura - o cualquier otra cosa de este mundo - 'ha de ser', o lo que muchos quieren que se limite a ser. La pintura puede serlo todo”²³³.

²³¹ Léger, op. cit., p.100.

²³² *Ibid*, p. 99.

²³³ TÀPIES, Antoni, op. cit., p. 87-88.

El pintor catalán sugiere, con este mensaje de inspiración semejante a la de Léger, que dediquemos más de nuestros esfuerzos a la búsqueda de 'lo invisible en lo cotidiano' y que desnudemos los valores sensibles ocultos en lo que es 'palpable'.

Esta es una problemática contemporánea de difícil solución para la mayoría de los individuos que viven en el ambiente urbano (sobre todo de las grandes ciudades), cuyo *modus vivendi* desacelerado les ha secuestrado el tiempo para la contemplación y para el goce de la naturaleza.

Artistas del movimiento Pop Art también exploraron lo cotidiano a través de iconos de la cultura de masas, desplazándolos de su función original de 'producto de la sociedad de consumo' hacia la categoría de objetos artísticos, en lienzos (Roy Lichtenstein), serigrafías (Warhol), ready-mades (Duchamp), tótemes (Dennis Oppenheim), etc. No obstante, el tratamiento que hemos dispensado a la cotidianidad, no tiene ninguna relación con el consumo como lo fue para los artistas pop, porque representa aquí un rasgo (temporal) que determina la regularidad con que la estética vestimentar se expone en el día a día y que le confiere organicidad y dinamismo, conforme avalan los discursos de Tàpies, Léger y Maffesoli (1996), este último al referirse de modo genérico a la estética cotidiana.

Estos tres autores, cada uno a su manera, han mencionado a lo cotidiano como el 'lugar' por excelencia de la estética. Maffesoli lo reitera en cada página de su *Homo aestheticus* (1996: 25-42), poniendo énfasis en la potencia colectiva como la principal responsable de la difracción de la estética en la vida social en su totalidad y en sus diversas modalidades (Ibid., p. 28). El autor cree que toda la vida cotidiana puede ser considerada una obra de arte y que sólo a partir de un arte generalizado es posible comprender la estética como una facultad del sentir común (aísthesis): "la estética ya no puede ser considerada como algo autónomo, separado de la vida, ella es la propia vida y matriz de la vida social" (Ibid.: 111).

Amparados por estos argumentos, hacemos hincapié en el presenteísmo de la estética indumentar como un principio básico para la legitimación de su estatus como obra viviente en la vida cotidiana y como integrante de esta 'estética generalizada' a que se refiere Maffesoli. Este presenteísmo, por otro lado, nos da la verdadera dimensión de su originalidad, relieve y carácter 'diferencial' dentro de un ambiente de tamaño complejidad como la calle, con su exuberancia de formas, colores y multiplicidad de informaciones y eventos. A pesar de la concurrencia con esa pluralidad y de la variable de público (siempre renovable y heterogéneo en su formación y sentido estético), la estética vestimentar sobresale de ese contexto comprobando el carácter dispar de su

fisonomía. La vivencia de la cotidianidad, en estas circunstancias, es un paso adelante para el desarrollo de la percepción y de la sensibilidad del individuo; es su vía de acceso a los datos imperceptibles y sensibles (pero no menos relevantes) de la realidad.

Entre los matices temporales que ya citamos, se encuentran los términos fortuito, accidental, eventual, propuestos como acepciones de la palabra casualidad²³⁴, cuya correspondencia se establece inmediatamente a grandes hechos y descubrimientos que fueron de valor inestimable para la humanidad en todos los campos del conocimiento.

El experimentalismo (cf. Figuras 42 y 43), sistema esencial a la *praxis* del arte en la búsqueda de nuevas formas estéticas y técnicas expresivas renovadoras²³⁵, largamente explorado por artistas de fines de la Modernidad hasta la actual Postmodernidad, guarda una estrecha afinidad con el concepto 'casualidad'. Como el propio nombre del método anuncia, la experiencia es la base de todo lo que es ejecutado según sus disposiciones. Con su injerencia y aportación del azar (a quien le imputan 'coautoría' durante el proceso creador), fue posible a muchos artistas explorar nuevos procedimientos técnicos y de creación que les garantizaron la solución de cuestiones congénitas a la labor creativa y la construcción de un estilo original.

Del punto de vista etimológico, el experimentalismo proviene del vocablo experiencia, que en el sentido filosófico significa vivir (Ortega y Gasset), obtener experiencia a partir de una realidad desconocida. En palabras del músico John Cage "la experiencia es mucho más compleja que el pensamiento", porque pone al individuo en contacto con situaciones que le son completamente extrañas, sobre las cuales él no posee ningún control y que, además, le demandan respuestas concretas. Este tipo de vivencia, según Cage, es lo que da complejidad al intelecto y vuelve la vida un aprendizaje rico y dinámico.

²³⁴ Que depende del azar, fortuito, accidental, eventual. (En BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op.cit.) Combinación de circunstancias que no se pueden prever ni evitar (<<http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual>>).

²³⁵ Cf. el concepto *experimentalismo* en el sitio <<http://buscon.rae.es/draeI/SrvltGUIBusUsual>>



Figura 42. Aplicación de telas de diferentes color y cualidades, en la confección de los bolsillos de los pantalones y de la técnica de *assemblage* y del deshilado, en la creación de elementos decorativos de inspiración musical y fitomórfica. El contexto cultural, expresado por la música, y el entorno, son importantes fuentes de referencia en su producción. En la camiseta, uso de la técnica del *tye-dye* (teñido) y superposición de tela, dando forma a la 'clave de sol'. La falda vaquera ha sufrido intervención en su patrón original, dejando aparente las terminaciones deshiladas; igual recurso fue empleado en los 'motivos' y líneas en color.





Figura 43. A ejemplo de Lucio Fontana, el artista introduce el *espacialismo* como método de creación, 'hiriendo' la pieza ya cosida, repitiendo la hazaña con el uso de impermeables. Establece de modo experimental, una aproximación entre distintos textiles, en el caso, el crepé, con materiales ajenos a esta categoría, como los que son utilizados en la confección de mochilas, desarrollando así, un particular estilo de confección.



La experimentación, aún como método, nos proporciona el conocimiento que se obtiene de las leyes que rigen un determinado fenómeno observándolo bajo condiciones preestablecidas. El azar actúa en distintas ocasiones, según confirman los descubrimientos científicos, ennobleciendo dichas experiencias, manifestándose sobre decisiones y planes de trabajo o de vida preestablecidos, orientándonos hacia otro(s) camino(s). Ha dejado sus huellas por todo el Arte, interviniendo como elemento de creación en la elaboración de proyectos artísticos como la 'pintura de acción', de Pollock, de los *spin* y *spots paintings*, de Damien Hirst (que consisten en pinturas realizadas sobre una superficie giratoria y en círculos coloreados de forma aleatoria, respectivamente), o aún, los *meta-matics* de Tinguely, producidos por su 'máquina de dibujar'. En estos ejemplos, el azar ha operado desarticulando las planificaciones previas, poniéndose ante el creador como un instrumento de creación de autonomía inmanente que inhabilita a que le ejerza cualquier tipo de control. Su diferencial como herramienta creativa, reside en su especial particularidad de intervenir de modo 'arbitrario' sobre los procesos (de creación), pero sin jamás permitirse ser sometido. Esta imposibilidad en 'sujetar' el azar a la propia voluntad, o aún, de dejarse guiar por él sin ofrecer resistencia, hace al creador vulnerable a un universo desconocido del cual puede venir todo tipo de experiencia. Su invisible trama de vínculos entre hechos, deseos inconscientes o reprimidos, lo enreda y conduce hacia la práctica de la improvisación, a la búsqueda de soluciones para cuestiones nuevas e insospechadas. 'Permitirse salir de los límites impuestos por las normas y esbozos previos', 'vivir nuevas experiencias dejándose llevar por el inconsciente', son conductas estimuladas por el azar, atestiguadas en las siguientes declaraciones:

Yo no dibujo nada, la propia tela me da una idea de lo que voy hacer. Generalmente yo la cojo y entonces la inspiración me va surgiendo, yo voy creando, elaborando, hasta que la pieza esté lista. (Levite)

Una falda que confeccioné, era de una manera en el papel, pero en la práctica se quedó de otra forma. Estoy siempre cambiando.

El azar resulta estupendo cuando trabajo la pintura a mano, echada (displicentemente) sobre la tela. (Márcio)

Para los artistas, la experiencia de vivir el azar es distinta de aquella experimentada por el público. Para éste, en especial, representa la permeabilidad al autoconocimiento y la quiebra de patrones de comportamiento impuestos por la cotidianidad. Su importancia, especialmente en este estudio, se justifica por su eficacia en las respuestas del individuo ante situaciones y realidades

inusuales, rompiendo con una linealidad espacio-temporal a que se ve ceñido en su conducta rutinaria.

Durante su actuación en los espacios urbanos, el performer de la estética vestimentar se encuentra en constante intermediación con el azar, fundamentalmente en lo que concierne a la respuesta del público a su vestimenta. Él influye en esta relación, como una potencia creadora que posibilita una vivencia unívoca a ambas partes implicadas. En su contacto con el público, el creador de la estética vestimentar experimenta una vivencia del azar distinta de la que él disfruta sólo, en su proceso creativo, aunque lo que defina la pauta en los dos contextos (intimista y callejero) sea la falta de dominio inherente a los eventos azarosos.

De esta relación de alteridad resultará siempre alguna reacción (verbal o no) de la 'otra parte' que destaca un importante aspecto de la utilización del azar como recurso expresivo, porque en tales contextos, pone a prueba la capacidad del artista para administrar estos contactos y desarrollar a través de ellos un tipo de intercambio en el que, la total ausencia de sistematización es una oportunidad de descondicionalarse de las acciones habituales. La obra de Oiticica se guiaba, predominantemente, por este objetivo. Sus proposiciones se fundaban en función del desbloqueo de los comportamientos, representando la principal vía hacia la recuperación del hombre, libre de las alienaciones de un cotidiano 'mutilador'. Todavía, no sugerimos con eso el rechazo de la planificación previa como método de trabajo, porque estas son dos experiencias completamente distintas e igualmente importantes y validas.

La 'imprevisibilidad' es una gradación del tiempo que denota, tal cual el azar, ausencia de influjo, un desvío del orden preestablecido que se avecina al terreno de lo absurdo, de lo imaginario. Es la sensación que despierta en los que son tomados por sorpresa, en algunas situaciones y fenómenos (callejeros) donde se manifiesta, a ejemplo de lo que se ha captado de las siguientes escenas, mentalmente reconstruidas a partir de la observación de lo cotidiano:

- 1) "Día común, laborable, 3h de la tarde: una mujer negra, cerca de 45 años, maquillada, falda negra en pliegues (estilo años 40), chaqueta naranja pálido, blusa interior de manga larga, guantes de encaje y sombrero negro, es flagrada 'estática', con una sombrilla que compone el traje, en una esquina cualquiera del centro de la ciudad";
- 2) "Mediodía, sol en el cenit, entre semana: una mujer joven, flaca, de piel muy blanca, engalanada en vestido largo de terciopelo azul IKB, supuestamente 'trasnochada', trajeada para una fiesta

nocturna, labios 'en bermellón', pelos largos y rizados al viento, calzando sandalias negras de plataforma y tacones altos, es vista bajando la cuesta del Pelourinho”;

- 3) “Fin de tarde, centro histórico de la ciudad, a la puerta de un bar, un hombre de 55 años de apariencia, es 'pillado' sentado sobre una boca de riego, como si estuviera listo para una foto: piernas entrecruzadas, la derecha sobre la izquierda, las manos entrelazadas abrazan la rodilla diestra, vestido con pantalones blancos de pliegue marcado, camisa de mangas cortas de rayas horizontales alternadas en blanco y rojo, usando gafas negras de sol, sombrero gris estilo 'panamá’”. (Fuimos informados, después, de que se trataba de 'Riachão', un cantante de samba.)

Estas escenas son realidad constante, en Salvador y reflejan un fenómeno indumentar de calle muy distinto de los grupos urbanos. Éstos se manifiestan en circunstancias y sitios específicos de encuentro o lugares donde se presentan los grupos musicales en los que suelen inspirarse para crear su atuendo. En algunos países europeos como Inglaterra, representan un anacronismo vestimentar incorporado a lo cotidiano, que celebra la resistencia a los constantes cambios de la moda y reniega de su influencia sobre el universo de la indumentaria. Hasta la actualidad, estos personajes andariegos surgen en la escena callejera de las grandes ciudades, proporcionando un espectáculo 'único' a los transeúntes que viven ceñidos a una rutina casi siempre invariable.

En el desarrollo del tema y de los ejemplos sobre temporalidad, hemos hecho hincapié en la aproximación entre expresión estética indumentar y lo cotidiano, puntualizando los efectos (del tiempo) que ella modela durante sus apariciones públicas, apoyados siempre sobre nuestra observación naturalista. Estas anotaciones nos han enseñado, además, que aspectos muy sutiles del espacio, movimiento y tiempo pueden ser interpretados como componentes estéticos no materiales y que agregados a la plasticidad de la indumentaria, le confieren todavía más expresividad.

A lo largo de la Historia del Arte, las obras figurativas han suministrado una serie de ejemplos del uso de lo cotidiano como fuente inspiradora de los artistas, por medio de escenas que enseñan el naturalismo de la vida banal. No obstante, su empleo no se ha limitado a la representación en el plano bidimensional, tan característico de las obras tradicionales, sobrepasando sus fronteras teóricas y los límites espacio-temporales establecidos por las instituciones patrocinadoras del arte representativo, tornándose materia expresiva de creación de las proposiciones postmodernas.

Soporte cada vez más empleado en proyectos artísticos, el vestido traduce naturalmente esta cotidianidad por su presenteísmo en nuestro día a día con el realce de una 'segunda piel', ahora bien, esta misma cotidianidad produce un efecto antípoda enmascarando sus cualidades estéticas.

Observando este vestido no como un objeto estrictamente funcional, sino reconociendo sus aspectos sensibles, vamos percibir en él un medio de exteriorización del estado de ánimo (Lurie), una forma de reacción a las sollicitaciones del entorno²³⁶ (urbano, simbólico, cultural). Como medio de expresión, interviene sobre el comportamiento del público provocándole diversas reacciones y sobre el de su creador produce un efecto retroalimentador en cuanto emplea esta misma experiencia como material de creación.

La relación de paridad – emisión *versus* recepción, otro aspecto de la vinculación del creador con el tema de la intersubjetividad mencionado de forma introductoria, será desarrollado en el próximo apartado, en el que trataremos de la proxemia que se establece en el espacio de actuación del performer de la estética indumentar.

Si en la visión de Hall esta proxémica es reveladora de la existencia de diferentes dispositivos culturales, para Remesar este paralelismo tiene una connotación orgánica:

“Nuestro cuerpo se prolonga y proyecta [...] a través de [...] la gestualidad, de la indumentaria, de nuestros atributos secundarios orgánicamente soldados a nosotros mismos, como un sistema de marcas y señales que afectan a la percepción de los demás respecto a nosotros mismos”.
(1985:9)

El autor subraya la eficacia comunicativa del cuerpo a partir del conjunto de señales (incluyéndose el vestido) que se proyectan de él hacia 'el otro', influyendo sobre 'su' juicio respecto a nosotros. Para ilustrar el razonamiento de Remesar, partimos del relato de los propios creadores de la estética vestimentar sobre situaciones vividas por ellos en el espacio urbano, en las que demuestran el poder comunicacional de su 'apariencia'. En distintas circunstancias, otras expresiones indumentares como las esculturas vivas, las tribus urbanas, logran igual atención del público, ahora bien, cada una de ellas tiene propósitos bien marcados. Ejemplos similares se observan en las procesiones, fiestas populares, los pasa-calles en el carnaval, en otras manifestaciones individuales y en grupo. En cualquiera de los casos señalados, los significantes

²³⁶ El sentido de entorno en el apartado *La política del entorno* es “el modo como se ocupa y se organiza socialmente el territorio; los sistemas y modos de culturalización de modelización estructural de individuos y grupos (la educación, el sistema familiar, etc.); son los sistemas que permiten actualizar constantemente la modelización estructural (mass media, moda, etc.)”. (Cf. Antonio REMESAR, en AA.VV. *El entorno al entorno*. Els llibres Glauco, Barcelona: 1985. p. 11.)

cambian externamente, lo que difiere en ellos son los significados que imprimen en sus actuaciones generados por este intrincado proceso de comunicación territorial.

6.4. Pelourinho (el centro de la ciudad), zona de convivencia social y de intercambios de experiencias (estéticas).

[...] debemos estar atentos al componente relacional de la vida social. El hombre en relación, no sólo la relación interindividual, sino también la que me conecta a un territorio, a una ciudad, a un medio ambiente natural que comparto con los otros. [...] a partir de ahí, la historia de un lugar se vuelve historia personal²³⁷.

Soy de un mundo que constituyo. Es en este sentido que es necesario comprender que la construcción social de la realidad es esencialmente simbólica²³⁸.

Espacio y socialidad.

La experiencia estética cotidiana es una aportación indispensable al desarrollo de la sensibilidad en cualquiera que sea la fase de la vida del individuo. Al principio de este capítulo mostramos que ella tiene comienzo en sus primeros años, en el ambiente doméstico, cuando empieza a recibir los estímulos visuales – de forma, luz/sombra, color, volumen, textura –, si bien de modo rudimentario y que constituirán la base de su vocabulario plástico para toda su existencia.

Al lograr su emancipación de la convivencia estrictamente doméstica, él se lanza en la investigación de territorios ajenos (el espacio urbano), instaurando con éstos una nueva relación de intercambio.

Dividido entre universos tan distintos como lo privado (su principal punto de referencia) y lo público, parte en busca de una dimensión espacial psicológica, su 'espacio personal', aquél al que cada uno aspira conquistar dentro del mundo en que vive, comunicándose, intercambiando experiencias y sellando su individualidad. Da Matta (1990) explica la configuración del individuo y su diferenciación del concepto de persona fundado en los sistemas tribales. Construye un paralelismo entre estos conceptos y los dominios – casa y calle – estableciendo, en un primer plano, una correlación entre la 'estructura colectiva de las tribus' con 'la agrupación familiar', argumentando que

²³⁷ Michel Maffesoli, op. cit., 1987, p.169. (Subrayados nuestros.)

²³⁸ Ibid., p. 259, adaptado.

estas son las bases sobre las que se funda el principio de 'persona' – entidad que remite al 'todo' – (Ibíd., p.180). Avanza en esta cuestión, afirmando que el individuo se forma a partir de su desarraigo de la casa (y, por ende, de la agrupación familiar), en el marco de la aproximación al ambiente callejero, cuyas características se oponen diametralmente a las de la casa: neutralidad, novedad, acción. La calle sería el lugar donde él podría ejercer libremente su 'individualidad'²³⁹.

Semejante postura sostiene Berger y Luckmann en su desarrollo social de la individualidad. La calle, espacio al que Da Matta llama 'público', para estos autores corresponde a la sociedad. En su visión fenomenológica, ella no es una entidad ajena al individuo, sino un producto humano formado a partir de las distintas interrelaciones entre los individuos, centrado en cuestiones sobre procesos de internalización y organización de aspectos que constituyen la realidad. La identidad del individuo se forma, es mantenida o reconstituida por medio de las relaciones que él establece en sociedad. En ambas situaciones analizadas (Da Matta y Berger/Luckmann), vemos tratarse de un caso de identidad social con matices que se completan y dilucidan la importancia del espacio en la construcción de la identidad y en el proceso de socialización.

Hay 'tipos' de relación entre individuo y espacio, pero es en la 'forma' cómo éste interviene sobre el individuo, la manera que éste se apropia del espacio que posee y lo aprehende 'fenomenológicamente', donde nos hemos centrado en este apartado. Hemos considerado, además, algunos temas y reflexiones pertinentes y esenciales para la comprensión de esta correspondencia, a ejemplo de lo que entendemos por función socializadora del espacio; del habitar, en su sentido poético; de la problemática de la corporalidad en las consideraciones tejidas sobre proxémica (*lato y stricto sensu*), tactilidad, comunicación y socialización; del análisis del cuerpo como abrigo sensible. Asimismo hemos realizado un esbozo ántropo-topográfico de la zona estudiada (el centro de la ciudad y el Pelourinho), destacando su destino e importancia en la edificación y validez de la estética indumentar.

En su trabajo sobre el tema 'espacio', Bollnow (1969) menciona tres aspectos de la espacialidad de la vida del ser humano cuyo registro nos aporta otras perspectivas sobre el análisis de esta simbiosis entre el individuo y su ambiente físico y social. Estos aspectos son 'el ser en el espacio', 'tener espacio' y 'las formas individuales del espacio'.

Cuando examinamos la ubicación del hombre en un dado espacio, lo vemos como un sujeto que se relaciona de manera intencional con su entorno, eligiendo por dónde moverse, en qué

²³⁹ Para profundización de las dialécticas casa/calle e individuo/persona, cf. Da Matta, op. cit., pp. 73-82 y 179-190.

sitio establecerse y la forma de interactuar con él.

Esta correspondencia revela su complejidad, en primer lugar, por la naturaleza subjetiva e idiosincrásica del 'otro' (o de un colectivo) con que él se corresponde; en segundo, por la experiencia particular que se puede lograr en la incursión por este espacio y que no está necesariamente supeditada a la interacción con otro(s) individuo(s). Bollnow garantiza el carácter fenoménico de la relación del ser humano con su entorno, partiendo de estas vivencias individual y colectiva. Ya en otro momento de su análisis, se vuelca hacia la desvinculación del hombre (postmoderno), de este espacio, convirtiéndolo en un apátrida, un desterrado. Si evaluamos esta constatación bajo el mismo prisma fenoménico, observaremos ahí un nuevo tipo de experiencia, tanto para el desterrado como para el nativo del lugar compartido por ambos. Para este último, el contacto con lo desconocido puede ser una experiencia beneficiosa que le facilite la adquisición de nuevos conocimientos y la ampliación de sus relaciones, como asimismo le puede causar un efecto contrario, llevándolo a percibir, en este desconocido, una amenaza al su *establishment* y a reaccionar de forma a rechazarlo de la convivencia social. Si en cambio este apátrida se asemeja aparentemente al performer de la estética indumentar, verificaremos que las respuestas que le lleguen del ambiente social, confirman su valor expresivo propio de las obras estéticas. Es más, hay que tener en cuenta que la cualidad 'móvil' del cuerpo-vestido es el factor primordial para que esta 'repercusión' se efectúe y esté subordinada a cada lugar por dónde él transita.

La ausencia de vínculo con el lugar que su condición de extranjero (o desterrado) le asigna, le permite además, soltura y extravagancia a la hora de expresarse, de actuar y de interactuar más libremente con los autóctonos. Por otro lado, el alejamiento del sentido de pertenencia al espacio, inmanente a la condición de foráneo y a que también es susceptible de vivir en su propio ambiente nativo, deriva en otra relación de corporalidad con el espacio en la que su cuerpo es la referencia territorial más cercana. Antes de pertenecer a un determinado territorio - el espacio real, concreto y compartido por otras personas -, ocupamos otro que es el cuerpo. Habitamos un cuerpo único e intransferible que confiere individualidad a todas sus acciones (sobre todo aparentes, en las que hay algún tipo de movimiento), formas de ocupación, utilización y percepción del espacio. Es a partir de estas conexiones entre el cuerpo individual y el medio que podemos comprender mejor la cuestión fenoménica anteriormente subrayada por Bollnow. Su noción de experiencia fenoménica del espacio se coaduna ajustadamente al concepto de Heidegger, según el cual 'ser hombre significa habitar'. De hecho, el hombre es antes de todo un ser que habita y

siendo el cuerpo su primer 'habitáculo', entendemos que la vivencia de este espacio es también fenoménica, porque abriga la conciencia, el juicio y los sentidos, que son los pilares de esta experiencia.

Un ejemplo de experiencia fenoménica del cuerpo como espacio²⁴⁰ e instrumento de socialización es la obra "La casa es el cuerpo" de la artista brasileña Lygia Clark.

Para la realización de este proyecto, ha construido una estructura simulando la fecundación, en la que el recorrido del espermatozoide es realizado por el participante. Esa estructura "se trata de un abrigo poético donde el habitar es el equivalente del comunicar", propone la artista. La manera de habitar sugerida por ella es vivida sólo inicialmente por el copartícipe, porque *a posteriori*, cuando se establece contacto con otras personas se vuelve una experiencia colectiva, la proposición se cambia, y 'el cuerpo' pasa, entonces, a ser 'la casa', asumiendo una dimensión territorial y así es explorado.

Las afinidades entre las concepciones de espacio planteadas por Heidegger y Lygia Clark son indiscutibles, pero cada uno nos orienta a una reflexión: el primero nos incita a sacar nuestras propias conclusiones sobre el concepto 'habitar', siendo que ella crea una noción semejante a la cinta de Moebius, en que 'el dentro es fuera y viceversa'. Como toda su obra está centrada en el ser humano a través de una serie de sugerencias, a él le es permitido "comunicarse con el mundo, desarrollándose hacia fuera de sí, dando al otro el soporte para que también se exprese"²⁴¹.

Este inciso en la obra de Lygia revela conexiones con el sentido poético de habitar desarrollado por Bachelard para quien 'la vida comienza en el seno de la casa'. No obstante, su idea esencial de casa es la del espacio arquitectónico habitable y la de 'habitar', sigue la misma concepción fenoménica de Bollnow.

Bachelard, a su vez, parte de la casa en su sentido funcional y lo extrapola, divisándola como un territorio de experiencias. Habitar este territorio significa para él 'estar amparado, protegido en un medio familiar, íntimo', que es la casa, espacio donde se acumulan memorias, vivencias afectivas, emociones compartidas que permanecen vivas, independiente del paso del tiempo:

²⁴⁰ Cf. en las obras de la artista Lucy Orta – "Refugio de guerra", "Arquitectura del nexo", "Arquitectura modular", "La comunidad comunica", "Plataforma del ciudadano" – , la interactuación se observa muy claramente en la experiencia socioantropológica alusiva al espacio personal del individuo que lucha por la supervivencia en condiciones adversas. Para tratar de este tema que es su principal campo de intervención, la artista combina arquitectura, body art, teatro callejero, forma, terapia social, poesía formal y activismo ideológico.

²⁴¹ Lygia Clark. Rio de Janeiro, FUNARTE: 1980. pág. 37.

[...] la casa es nuestro rincón en el mundo [...] nuestro primer universo.

[...] el ser abrigado sensibiliza los límites de su abrigo. Vive la casa en su realidad y en su virtualidad, a través de los pensamientos y de los sueños.

[...] todos los abrigos [...] tienen valores oníricos consonantes. La casa [...] nos permitirá evocar [...] luces huidizas de delirio, que iluminan la síntesis de lo inmemorial con el recuerdo. (1996: 24-25)

La noción de espacialidad formulada por Bachelard, según el medio del que se extrae la esencia del hombre, así como su connotación (más restringida) de 'habitar', encuentran perfecta correspondencia con los planteamientos sobre estos aspectos del espacio. Si entendemos el cuerpo como su idea de casa, ratificaríamos su concepción de habitar subrayando del cuerpo su capacidad de almacenar experiencias, albergar el autoconocimiento y principalmente, compartir dichas vivencias. El cuerpo, tal cual lo concebimos, "es el espacio más próximo del individuo [...] es la propia piel, límite exterior de su ego; (su espacio) más lejano y amplio, el vasto mundo a explorar"²⁴², y el vestido, su segunda piel y soporte indispensable a todo aquel que lo emplea como medio de expresión. En este caso, la posibilidad que el vestido ofrece al cuerpo de revelarse en función de las informaciones que capta e intercambia con su entorno, es única y no se efectúa a través de una simple relación de estímulo-respuesta como proponen los behavioristas, asimismo porque en tal relación, la respuesta 'puede ser' previsible y recurrente. Al engalanarse, el individuo 'puede' revelar una actitud, pero si su atuendo es una reacción al vestuario habitual, es porque lo plantea con el fin de socializarse, aunque inconscientemente, tal cual lo ha practicado Lygia Clark, demostrando, inequívocamente, el importante papel de la apariencia en la comunicación.

Por otra parte, el autoconocimiento que los creadores de la estética indumentar adquieren durante su actuación, extrapola el contacto que establece con el público, alcanzándolo en la vivencia del recorrido, sea por encontrarse 'naturalmente' sumergido en sus reflexiones, sea por las respuestas que le llegan de modo instantáneo del ambiente por donde se mueve. Esta es la forma como él vive fenoménicamente el espacio en que actúa: conociéndose a través de los límites de su corporalidad y enterándose del alcance de su expresión vestimentar junto al público, a través de una experiencia única, que se puede interpretar según el concepto de habitar de Merleau-Ponty, para quien el término 'expresa una relación con el mundo (al que considera 'un espacio envolvente') y la vida' y entre el alma y el cuerpo.

²⁴² MOLES, Abraham, en *Arte efímero, espacio estético*, op. cit., p. 24. Comentario de Moles respecto al individuo en su relación con el entorno, apoyándose en su filosofía de la centralidad.

Entre los matices del habitar, el autor hace hincapié en la idea de que 'el hombre habita las cosas y cada uno habita el mundo de una forma distinta'. Trasponiendo estas sus nociones para la estética vestimentar, imaginemos primero el cuerpo como la 'casa' del espíritu y el vestido, la 'casa' del cuerpo y segundo envoltorio corpóreo del espíritu. [Sustituyendo el concepto religioso 'espíritu' por 'intelecto o psique', 'el cuerpo pasaría a ser la "casa" del intelecto (o de la psique) y el vestido, la 'casa' del cuerpo y segundo envoltorio del intelecto'.].

'Habitar las cosas' sugiere una tal simbiosis entre el objeto (el vestido) y el ser (persona) que lo ocupa, que su carácter exterior (el del objeto) deja de predominar para incorporar plenamente la esencia de este ser, volviéndose la imagen que lo 'identifica'. Este habitar designa 'la unidad indisoluble con que algo anímico está encarnado en algo corpóreo' (Merleau-Ponty). En cuanto al cuerpo, el filósofo lo considera 'un instrumento que ayuda al hombre a comunicarse con el mundo; es el espacio patrio del alma y la matriz de todo otro espacio existente'²⁴³, es decir, es por su intermedio que se vivencia el espacio y al mismo tiempo, es el propio espacio vivido. En suma, 'el hombre (o el yo), habita el cuerpo, en la casa, en las cosas, en el mundo, en el espacio y en el tiempo'; lo anímico (el intelecto, la psique) se amalgama a lo espacial, integrándose a él en un proceso individual o colectivo.

Los rudimentos aportados por Merleau-Ponty sobre los conceptos habitar y cuerpo, han permitido comprender y demostrar que el cuerpo-vestido – principio y móvil de la estética vestimentar – , es un objeto fenoménico indisoluble, a la vez que nos permitió el rescate de algunos valores subrayados en esa disertación, desvinculados de esta correspondencia (cuerpo-vestido) con el mundo cotidiano/simbólico. Dichos valores se encuentran en el fundamento de esta experiencia estética que el traje permite y que son básicamente el respeto a las diferencias (aludido por las distintas apariencias producidas por cada estética indumentar) y la solidaridad que brota del contacto interpersonal. Destacamos de esta relación, el impulso y servicio que la Fenomenología aporta como una filosofía muy 'actual' que gravita en torno a cuestiones relacionadas al espacio, tiempo y el mundo vivido y que se presta, además, a la descripción directa de las experiencias sin ninguna mediación psicológica, ni auxilio de elucidaciones fortuitas de fondo historicista o sociológico. Es en el terreno de la descripción donde ella se sitúa, impugnando todo lo que sea aclaratorio o susceptible de análisis. Es más, es una filosofía moderna que articula el mundo del sujeto (encarnado aquí por el performer y el transeúnte unidos por la vivencia de la estética indumentar) con la vida rutinaria, bajo

²⁴³ Adaptado de Bollnow, op. cit., pp. 257-258. (Subrayado nuestro.).

el respaldo de la intersubjetividad y de una concepción de este mundo rutinario como su correlato. Del intercambio entre el performer indumentar y el público, se funda espontáneamente una ética de la estética (cf. el Capítulo 4) que mana del propio artista a partir de que asume para sí y para su medio social, la responsabilidad de testigo, investigador y exegeta de su tiempo, sirviéndose de su arte para transformar el mundo. Recordamos aquí, el importante papel que la apariencia juega como expediente expresivo y actuante en la comunicación con la colectividad, sea en la vivencia de situaciones cotidianas o de eventos especiales de carácter multitudinario, como la fiesta, tema de nuestro próximo análisis.

Apuntes sobre la Antropología como base estructural de la relación proxémica entre los actores de la estética vestimentar con su entorno callejero. Introducción a la antropotopografía del espacio estético-urbano.

En el primer capítulo, trazamos la fisonomía del centro de la ciudad²⁴⁴, enfocando sus aspectos históricos, físicos y culturales. Estos últimos serán recuperados en el capítulo siguiente y son tratados en éste al lado de otras características que le confieren pluralidad y que hacen del núcleo urbano un espacio al mismo tiempo – antropológico, estético, religioso, musical, simbólico –, con identidad propia. Antropológico en la perspectiva de Augé, que lo percibe como "una construcción concreta, simbólica cuyo 'sentido' es reservado a los que lo habitan y donde el principio de inteligibilidad se sostiene para quien lo observa"²⁴⁵. A su vez, la noción social del espacio es anterior a su categorización antropológica y se registra en el conjunto de referencias (simbólicas, históricas, culturales, etc.) compartidas por los que lo viven. Sobre estas dos categorías de lugar

²⁴⁴ En mi trabajo de investigación intitolado "El vestido – un objeto informal – obra de arte en acción" (presentado al departamento de pintura de la UPV, en sep. 2003), la ciudad fue citada como un ente macro, anterior a toda categorización de función y formas de sectorización de sus áreas, tales como fueron aquí dispuestas, y como tema de investigación estética de artistas como Léger, que lo supo valorar y explorar, en su obra, sus recursos plásticos y poéticos. En un extracto de este trabajo, registramos su "pasión por la ciudad, por su dinamismo, así como los aspectos destructivos del progreso (como) un asunto que se presentifica en su labor". (Cf. en el Capítulo 6, que trata del espacio). Allí consta, aún, la contribución del movimiento (usado por Léger en sus investigaciones para el *Ballet Mecánico*) para la ampliación de sus estudios sobre el desarrollo de otras vías sensoriales (además de la visión) con fines, principalmente, para promover en el individuo, un cambio de actitud y de percepción respecto a su propio ambiente (v. Tàpies, op. cit., 1971). Léger comenta sobre 'este proyecto' en su libro *Funciones de la pintura*, refiriéndose a las manifestaciones estéticas callejeras como un verdadero espectáculo que "domina la totalidad de la vida cotidiana" y que se ha convertido en una necesidad de la existencia. La valoración de la mirada prospectiva, apurada, y selectiva, es para él una imposición de la velocidad del mundo moderno, que nos bombardea, a la vez, con un sinnúmero de imágenes y situaciones impidiéndonos, muchas veces, absorber tal cantidad de información. El ejercicio de esta sensibilidad estética propuesta por el artista como un mecanismo de descondicionamiento visual (v. Oiticica), y la observación de temas vista en cuanto 'estética de la ciudad' y de 'lo cotidiano', son también objeto de interés de esta tesis.

²⁴⁵ AUGÉ, Marc, op.cit., p. 51.

antropológico y social²⁴⁶, destacaríamos su dimensión relacional, proxémica²⁴⁷ (comunicacional) en los intercambios y discursos verbales y no verbales.

Tratamos enseguida de buscar correspondencias entre conceptos y clasificaciones propuestas por el antropólogo francés Marc Augé, aplicándolas al espacio analizado, el Pelourinho, utilizado por los creadores de la estética indumentar en sus actuaciones.

Dentro de este abanico de aspectos inicialmente mencionados, el Pelourinho (desde el punto de vista 'físico') posee una escala precisa como cualquier territorio mensurable, sin embargo, esta configuración debe ser reconsiderada en función del espacio o área de actuación individual de cada uno de los agentes de la estética vestimentar, teniendo en cuenta la ausencia de un plan preestablecido para este fin. El Pelourinho y sus áreas vecinales poseen una geometría antropotológica definida por líneas, intersección de líneas y puntos de intersección²⁴⁸.

Estas líneas o itinerarios asumen un carácter particular en función de quien las explora (pudiendo ser funcional, místico, artístico, etc.). Sin embargo, como no están cartográficamente delineadas, porque son 'ilusorias', 'subjetivas', resulta difícil trazar las 'líneas de acción' sea las de los transeúntes, sea las de los performers vestimentares, si lo hacen sin una finalidad concreta.

Las intersecciones de líneas (conceptuándolas técnicamente), forman el centro de la ciudad, consistiendo en el lugar donde las personas se reúnen para satisfacer necesidades económicas – un espacio utilitario, por lo tanto, marcado por una vitalidad alimentada por este flujo continuo de cambios. Lo redefinimos aquí como aquellos lugares caracterizados por el 'intercambio simbólico' practicado por los asistentes de un acontecimiento - sea ritual (religioso) o una manifestación 'espectacular' (como la estética vestimentar) -, y por los agentes de estos eventos que son los promotores de dicho intercambio.

Rematando esta ordenación, estarían los puntos de intersección, lugares de contornos más bien definidos por constituirse un espacio arquitectónico y de carácter relacional, en la perspectiva del antropólogo. Es nombrado por Augé 'lugar histórico' porque conjuga identidad con relación. El punto de intersección es así concebido como el que subsiste a través de la pervivencia de signos, tradiciones y rituales, construidos por antepasados y mantenidos por sus descendientes.

²⁴⁶ En la frase 'el lugar se vuelve lazo', Maffesoli destaca la función social del *espacio* y nos lleva a reflexionar sobre *su valor* como una estructura antropológica que agrega en torno de sí toda forma de socialización (Cf. Maffesoli, op. cit., 1987, p. 181).

²⁴⁷ Cf. artículo de MUÑOZ CARRIÓN, Antonio: Comunicación corporal – kinésica, proxémica. Universidad Complutense de Madrid. s.d. Disponible en la web: <http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/C/comunicacion_corporal.pdf>. [Acceso en: 17 feb 2006]

²⁴⁸ Para mayores aclaraciones sobre esta clasificación, cf. en Augé, op. cit., p. 55 ss.

Esta categoría de lugar nos remite al principio de alteridad, en razón de que todavía coexisten, por culto o tradición, una ipseidad constituida por individuos que representan una historia remota (figurada en un conjunto de prácticas y elementos simbólicos) y una alteridad compuesta por los responsables de la vigencia de esta historia, actuando en la alianza del pasado con el presente.

Todas aquellas categorías del espacio (estético, antropológico, religioso, musical, e identitario) se fundamentan sobre la misma base antropológica y se interrelacionan, porque juntas integran la Cultura que es la identidad de cada nación (o región, o localidad de una nación) y parte integrante de un 'todo' más grandioso, globalizador, que es la Historia.

Augé recuerda que el correspondencia entre identidad-relación-historia está en el cerne de los dispositivos espaciales clásicamente estudiados por la Antropología, pues “las relaciones inscritas en el espacio se inscriben en la duración”²⁴⁹ y “las formas espaciales (clasificación ántropo-topográfica como la hemos denominado) sólo se concretan en y por el tiempo” (Augé, 1994:56). En su concepto de Antropología, son evidentes dos tipos de relación: la del ser humano con su entorno ambiental y con las personas que forman parte de este entorno. La conexión entre los términos espacio y socialidad, temas de estudio de la Antropología, es un asunto sobre el cual hemos hecho hincapié desde el principio, con el objetivo de comprobar la hipótesis de que la estética vestimentar 'camufla' una importante función socializadora. No obstante, nos hemos mostrado siempre atentos a la importancia del medio físico como fuente de inspiración, escenario y espacio de convivencia social entre los agentes creadores de 'la estética' y el gran colectivo de la calle. Este aspecto, una vez desvelado en las declaraciones de estos creadores, ha confirmado la hipótesis de que la apariencia inusual estimula la interacción, sea por curiosidad o por 'identificación estética', algo semejante a un tipo de 'proyección inconsciente', o un 'deseo reprimido', (ilusóriamente) realizable en este proceso de comunicación. La proxemia en este contexto, muy particular, difiere 'un poco' de aquel descrito por su primer investigador, el antropólogo norteamericano Edward T. Hall²⁵⁰ (1960). En su sentido original, ella corresponde a una frontera invisible entre las personas, condicionada por factores culturales, en la mayoría de las situaciones y, en otras, por factores ambientales como el clima. Ahora bien, Hall constató que estos espacios interpersonales variaban de acuerdo a la 'realidad' de

²⁴⁹ Augé, op. cit., p. 56.

²⁵⁰ Cf. sus investigaciones sobre el uso personal y social del espacio, sobre la percepción que cada uno tiene de él, en el contenido de la obra *La dimensión oculta*. El gran mérito de este trabajo reside en mostrar como la correlación entre el *individuo* y el *espacio* en diferentes contextos culturales pueden influir sobre su correspondencia con el ambiente planificado (por la arquitectura y urbanística) y en su vida particular y social, afectando las relaciones afectivas, profesionales, interacciones interculturales.

cada país o de sus regiones. En el caso brasileño, ese tipo de razonamiento es igualmente válido. En la región sur, que es particularmente 'fría', comparada al nordeste, marcada por altas temperaturas durante prácticamente todo el año, las personas se 'reservan' al contacto cuerpo-a-cuerpo. No se verifica lo mismo en la convivencia diaria entre los baianos (soteropolitanos), caracterizada por una aproximación 'desmedida', incluso en la evaluación de los propios autóctonos. Esta proxemia adquiere múltiples 'formas' en la comunicación no verbal, revelándose en abrazos entre amigos y en 'roces' dados con la mano en el cuerpo del interlocutor (no siempre un 'conocido') al entablar una charla, o para llamarle la atención sobre 'algo', o aún para pedirle información. En el día a día, es común mantener una distancia ínfima en las colas de los bancos, de los supermercados, o al entrar en un transporte público. En Bahía (Salvador), la petición verbal de 'permiso' para que se ceda el paso a alguien, es 'cambiado' por el toque de mano en las espaldas de quien se encuentra 'por el camino'. La oralidad es así muchas veces sustituida por la tactilidad; allí tampoco se pregunta a un anciano que va cruzar la calle si necesita ayuda, pues lo usual es 'precipitarse' en hacerlo cogiéndole el brazo. Los niños también son víctimas frecuentes de esta tactilidad 'local': hay que pellizcarles suavemente las mejillas, tocarles en la cabeza, o jugar con ellos, siempre que se quiera establecer un contacto fortuito. Esto sin mencionar los eventos multitudinarios, muy frecuentes en Salvador, que por su naturaleza producen una atmósfera receptiva, táctil; ya sea en las fiestas religiosas, profanas, cívicas, o en las confraternizaciones más modestas, las personas no guardan espacio entre las demás, simplemente se arrastran en bloque. La música, presente en la mayoría de estas ocasiones, refuerza esta proxemia, aunando en torno de sí, grandes aglomeraciones, invitando al disfrute y exploración corporal del espacio a través del baile 'solitario' o del contacto cuerpo-a-cuerpo en una vivencia plena de la socialidad. En este plano, una reflexión sobre el espacio y su utilización sólo gana sentido en este estudio, si es comprendido desde su marco comunicacional, táctil, socializador. ¿Y cuál sería el saldo de esta comunicación (no-verbal) para sus implicados? ¿Hasta qué punto esta proxemia produciría un eslabón afectivo entre las personas y qué transformaciones acarrearía a la vida común? ¿Cuál sería la función de la estética (*stricto sensu*) en este proceso? Desafortunadamente, la demostración de todos estos interrogantes escapa al nuestro control, porque para contestarlos, habríamos de buscar las respuestas en el público. No obstante, lo que hemos podido captar a partir de nuestra experiencia y de los relatos de nuestros informantes, es que ese intercambio se concretiza y en razón del aspecto distintivo de los vestidos. Resulta impracticable al artista, al filósofo, al investigador, disponer de cualquier

'dispositivo' que le posibilite diagnosticar el alcance de su obra, tener acceso a las impresiones del público acerca de ella, excepto en los casos aislados en que ellos mismos actúan como investigadores de campo y logran las informaciones directamente de este público.

Lo que hemos podido observar durante el periodo de investigación es que la 'vivencia del espacio antropológico' nos ha enseñado a todos, investigador y colaboradores, a conocer más sobre nosotros mismos, ciudadanos 'locales', sobre nuestra forma de relacionarnos, de vivir (y producir) la cultura, la religiosidad, de ejercitar la corporalidad, la afectividad y la estética (en su dos interpretaciones, tanto con referencia sus productos, como en su acepción más amplia y recurrente en todo el texto, *aísthesis*, el sentir común).

Capítulo 7

Capítulo 7

Las metáforas de la apariencia en las manifestaciones populares. Fantasía, libertad y socialidad: legados de la fiesta y principios de la estética vestimentar.

Palabras clave: FIESTA, ESPACIO, COSMÉTICA, SOCIALIDAD, INTERSUBJETIVIDAD, PARANGOLÉS, HÉLIO OITICICA.

Tanto la *ciudad* como la fiesta son fenómenos primordiales de la civilización porque ambas ejercen la función indispensable de promocionar altos niveles de la *sociabilidad* entre los hombres²⁵¹.

[...] la fiesta es una de las más profundas y permanentes necesidades de la sociedad humana, [...] un instrumento por promover “el cielo en la tierra”, “la vida ideal de la gente”, la vida al revés. [...] es el tiempo [...] de la risa, de lo cómico, de la abolición provisional de todas las jerarquías, de los artificialismos y limitaciones que separan a los hombres en el tiempo normal de la vida ordinaria²⁵². (Nélson N. FERNANDES)

En este capítulo estudiamos la *cosmética producida especialmente para la fiesta del Dois de julho*, enfatizando la participación de las *creaciones vestimentares* en la construcción de la estética del evento. Paralelamente a este análisis, fueron presentadas consideraciones sobre la fiesta según el artista brasileño Hélio Oiticica, a quien atribuimos la responsabilidad por la asociación de este tema a la indumentaria, en la presente investigación. Inspirado en el baile popular, la samba, Oiticica ha elaborado los *Parangolés*²⁵³, que son capas de color que se viste para bailar y consisten en una experiencia del color-acción-movimiento en los moldes fenomenológicos de vivencia (a través del vestir), presencia y comprensión del tiempo.

Para conocer la ontología y hermenéutica de la fiesta del *Dois de julho* y el posicionamiento de Oiticica sobre este concepto, hemos recurrido, respectivamente, a la religión (Durkheim) como el

²⁵¹ N. FERNANDES, Néilson: “La ciudad y la fiesta. Orígenes, desarrollo y significado de las ‘Escolas de samba’ de Río de Janeiro [1928-1941]”, Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, nº 24, 1 de julio de 1998. Disponible en la web: <<http://www.ub.es/geocrit/sn-24.htm>> [Acceso en: 01.jul.2002].

²⁵² Ídem. El autor pone entre comillas, nociones sobre fiesta cogidas de Mijail Bajtin.

²⁵³ Capas idealizadas exclusivamente para el público vestir y bailar. Él fue ‘descubierto’, según palabras del propio artista, en el año 1964. En un ensayo presentado en la Fundación Tàpies, el poeta y compositor baiano Wally Salomão informa que “el primer *Parangolé* fue calcado en un paria de la familia humana que transformaba la basura que recogía en las calles en un conglomerado de pertenencias”. (Texto pronunciado en octubre de 1992 en la Fundación Antoni Tàpies, en Barcelona, por ocasión de la inauguración de la exposición de Hélio Oiticica en aquella ciudad y reproducido por la revista Kallías, del IVAM – Instituto Valenciano de Arte Moderno –, en el primer semestre de 1993.)

principio básico y orientador de este evento socializador, así como a las amplias categorías (Caillois) en las que él es habitualmente encuadrado.

Demos inicio al bosquejo del *Dois de julho*, resaltando características y aspectos que posibiliten la comprensión de su carácter ontológico esencial en la elucidación del *ethos* baiano y de su manifestación en los distintos eventos que concurren en el espacio de la festividad, y de las acciones creativas allí desarrolladas. Para eso, hemos compilado datos elementales a la comprensión de este evento, respaldándonos en notaciones sobre la tipología de fiesta dentro de las amplias categorías de sagrado y profano estipuladas por Caillois y sobre las observaciones de varios autores acerca de características inmanentes a la fiesta, imprescindibles en la distinción de sus diversos géneros y a una comprensión satisfactoria del *Dois de julho*.

Una vez más aquí se hace hincapié en la *socialización* tomando la fiesta como el mejor paradigma para un debate sobre el asunto y el medio por excelencia de su desarrollo. Nuestras observaciones sobre ella se orientan hacia dos situaciones bien distintas en las que la estética indumentar juega el papel de impulsora de este intercambio social, en *lo cotidiano de calle* (cf. el Capítulo 5) y en las *fiestas*. Sabemos que la permeabilidad a los contactos, factor primordial de interacción entre los celebrantes, es un estado de ánimo peculiar al ambiente festivo, muy distinto del que se adueña de las personas en la rutina diaria. 'La apariencia es una poderosa arma de seducción' que rige tanto el erotismo entre los animales (en los rituales de apareamiento) como el erotismo social. Por eso que el cuerpo, cuando es 'cosmetizado' (o 'espectacularizado') se convierte en causa y efecto de comunicación/seducción (Maffesoli). No obstante, dos factores concurren para que esta relación de alteridad se establezca en el juego de seducción inducido por esta cosmética: una *motivación* 'inconsciente' para socializarse y/o *un carácter propio (ethos) de los habitantes locales* en hacerlo. Estos fueron básicamente los aspectos que hemos considerado para el análisis de la cosmética elaborada para la fiesta del *Dois de Julho*, espacio, por antonomasia, de la fantasía y la socialización.

7.1. Consideraciones iniciales sobre el concepto, características y sentido de la fiesta (*lato sensu*).

Conocer el origen de la fiesta, su 'espíritu' e importancia en la vida social, es esencial para la comprensión del comportamiento cotidiano del individuo (el partícipe), siempre sometido a normas

y su rol²⁵⁴ y forma de actuar en dicho evento.

La esencia o 'espíritu' de la fiesta a que nos referimos, es el conjunto de elementos que le confiere sentido e *identidad*. Son ciertas acciones emprendidas por los celebrantes que van desde la intervención en el perímetro ceñido al recorrido (en el caso de fiestas que se caracterizan por los cortejos y desfiles) o a una área específica para su realización, lo que incluiría un cambio en la atmósfera de luces y colores y la creación de un decorado ideado para el evento, hasta su modo de disfrutar de la fiesta y principalmente, de *interpretarla por medio de una cosmética particular* cargada de su simbología. Este conjunto de pormenores es lo que da 'fisonomía' a la fiesta.

Toda fiesta posee un 'perfil' propio a partir del cual se construye el evento que son los roles, la expresión corporal del celebrante, los trajes, la escenificación y que 'coincidentalmente' son los mismos elementos formadores del *teatro*. Este componente escénico de la fiesta evidencia el carácter espectacular de la estética vestimentar, pero no al punto de confundirla con una acción performática o teatral, porque la *apariciencia* dispone de 'estímulos' que informan "sobre el estado ritual temporal del individuo"²⁵⁵, o sea, sobre el *tipo de actividad* que él está realizando: social, formal, informal, trabajo o diversión.

La fiesta es un retorno a la infancia de la humanidad. Su primitivismo nos asegura su carácter indispensable y orgánico de la vida social del ser humano. Al aludir sobre ella, Caillois busca una analogía con el rasgo constantemente renovador y recreador de los comienzos de la civilización, periodo de generación y de formación definitiva de los seres e instituciones:

La fiesta se presenta [...] como una actualización de los primeros tiempos del universo, [...] de la era original eminentemente creadora que ha visto a todas las cosas, a todos los seres y a todas las instituciones plasmarse en su forma tradicional y definitiva. [...] época [...] en que vivían y actuaban los antepasados divinos cuyas historias nos relatan los mitos²⁵⁶.

Asociada al inicio de la creación del universo, cuando todavía las leyes y normas no habían sido determinadas (donde predominaba el caos), la fiesta, según Caillois, conlleva rasgos muy semejantes a esta etapa de la historia en que

²⁵⁴ En su elucidación sobre la diferencia entre rol (papel) y función, Maffesoli remite esta última al funcionamiento social mecánico, racional, orientado para un fin. El rol (papel) y la teatralidad, al contrario, ocupa un lugar en un tiempo cíclico cuyos momentos escanden. (MAFFESOLI, Michel: "O policulturalismo", en op. cit., 1987, p. 164)

²⁵⁵ Cf. la concepción de *apariciencia* en GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Vozes, Petrópolis: 1985. p. 31. (Título en castellano: "La presentación de la persona en la vida cotidiana".)

²⁵⁶ CAILLOIS, Roger. *El hombre y lo sagrado*. Fondo de Cultura Económica, México: 1942. p. 116.

[...] lo sobrenatural se encuentra constantemente oculto tras lo sensible y tiende a manifestarse a través de él. La edad primitiva está descrita [...] en las religiones más diversas [...] como el lugar de todas las metamorfosis, de todos los milagros. Nada estaba aún estabilizado [...] los hombres [...] en vez de envejecer y morir *cambiaban de piel*. La plasticidad del universo permitía que cada cual fuera lo que quería ser: hombre, mujer, pez o ave, astro o tierra y la forma cambiante que se adoptara no admitía la vejez ni la muerte²⁵⁷.

El autor nos da pistas para comprender varios aspectos de la fiesta como un momento (o un espacio cambiante del tiempo) en que al celebrante le son hechas concesiones de demiurgo, tales como la permuta provisional de estatus de ciudadano común (partícipe) a artista, creador. Por un breve tiempo se le otorga libertad para ejercer poderes antes no permitidos, y del mismo poder hereda la perennidad, cambiándose sólo su envoltorio, en un proceso mimético *continuum*, pudiendo asumir la forma que quiera.

En la raíz de esta su concepción de un mundo mítico, es posible comprender los trajes de las fiestas, los disfraces, el uso de la máscara²⁵⁸, la creación de personajes que se eternizaron en ciertos eventos, como los rituales mágicos de algunas religiones y en fiestas profanas como el carnaval y cuya presencia aún hoy son indispensables. Para cada forma que un ser asumía, muy probablemente se creaba el atributo con el cual pasaba a ser identificado. Pero esta concepción asimismo nos enseña que la atemporalidad inherente a la fiesta adviene del empeño continuo por mantener vívida la memoria de los antepasados (el disfraz, en ese contexto, cumple un papel fundamental), fortaleciéndola en las celebraciones que cada pueblo promueve todos los años. Sobre este aspecto de la no-temporalidad de la *fiesta* propuesta por Arnheim, Sanguineti se posiciona en favor de una 'lógica' interna, desvinculada de la noción de tiempo, observada por el autor:

²⁵⁷ *Ibid.*, p.117, adaptado.

²⁵⁸ El pintor José Gutiérrez Solana (1886-1945), ha creado una serie de obras inspiradas en temas universales pertinentes al que está siendo tratado en este capítulo, como las procesiones, fiestas y máscaras. La *Commedia dell'Arte* es la fuente en que se inspira para representar la falsedad y la hipocresía de una sociedad, ocultas detrás de un semblante sonriente (caricatural), acogedor y siniestro, a la vez. Son parte de esta producción, *Máscaras con burro* (1932), *Un mascarón* (1925), *Máscara en la aldea* (1938), *Mascarada* (1938), entre otras. En esta serie vemos a un Solana más cromático, en razón del propio tema, pero con una luz muy difusa, casi sin contrastes. En las procesiones Solana 'trae a debate' cuestiones relacionadas a la ausencia de humanidad y rectitud entre los que pregonan la religiosidad, pero que no la viven. Las escenas, *de calle* poseen un acento dramático propio del asunto, pero enfatizado por los tonos sobrios bien al estilo goyesco y, en algunos lienzos, por las figuras encapuchadas de las hermandades que participan del evento. Aquí destacamos *Semana Santa en Cuenca* (1917-18) y *Procesión en Castilla* (1912), en los que predominan el tono negro, los tonos terrosos y el blanco. Las corridas de toros asimismo no dejan de ser una ocasión festiva entre los españoles y como pintor costumbrista, Solana no esquiva retratarlas, destacando el tema de la muerte, del poder del fuerte sobre el débil, de la astucia sobre la ignorancia. Observamos en estas obras su cuidado con el registro de la tradicional indumentaria del torero y de su cuadrilla, así como la reaparición de los tonos cálidos de las máscaras, que simbolizan la energía y tensión dramática explícitas en la situación. (Cf. *Corrida de toros en Sepúlveda*, 1923)

[...] en el baile no hay pasado, presente, o futuro en sus distintas fases, pero sí una lógica en su desarrollo, una pertenencia a un contexto organizado que trasciende el tiempo, pero que inevitablemente desputa en el rol del celebrante en esa relación de intersubjetividad que establece con los otros que lo va convirtiendo en persona²⁵⁹.

Ambas perspectivas, de Caillois y Arnheim, ratificadas por el comentario de Sanguinetti, nos estimula a pensar la práctica de estas celebraciones como un momento indispensable a un perfeccionamiento individual que asimismo favorece al progreso colectivo: Caillois alude a la renovación constante por la que pasa el ser, como una necesidad positiva e inmanente a su condición ontológica y que se reflejan en la manera de relacionarse con los demás. (El ejercicio de la intersubjetividad, camino más viable para el desarrollo de las sensibilidades, es tema sobre el que hicimos hincapié en capítulos anteriores.)

La eficacia a la hora de actuar y poner en práctica su papel, en la fiesta, está condicionada a la predisposición del celebrante en 'estar con el otro' (el estar-junto, según Maffesoli), invitándolo con el cuerpo (en un movimiento acalorado con los brazos, por medio de una mirada receptiva, o de una larga sonrisa) a probar el momento catártico de la fiesta, a cambiarse de 'piel' (Caillois) y ser rey, monstruo, plebeyo, ave, – en definitiva, a incorporar la complejidad propia del ser humano, con sus mil caras: ser todo a la vez, vivir intensamente la demiurgia y 'permissividad' propias del evento, aprendiendo de este modo a conocerse a sí mismo.

Otra perspectiva de la fiesta es la que transcurre de una necesidad generada por una *cotidianidad* enmarcada por un ritmo de vida lineal y prohibitivo, lleno de reglas. El momento de la celebración se caracterizaría, en este caso, por el avieso de esa rutina, o sea, por el desarrollo de la libertad de expresión, bajo las más diversas formas de actuar, incorporando, incluso, elementos típicamente teatrales: la expresión corporal (a través de la dramatización, de la pantomima y de los gestos), el canto, la danza, y la música, siendo esta última una presencia indispensable a cualquier fiesta. Las grandes concentraciones humanas durante las efemérides son prueba de que la celebración es algo esencial para el hombre, es el momento en que él revela su espíritu gregario, su

²⁵⁹ SANGUINETI, Susana: El celebrante, estudio sobre comunicaciones interpersonales, algunos aspectos. *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 39, de marzo de 2001, La Laguna (Tenerife). Disponible en la web: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina39mar/112susana3>> [Acceso en: 01 jul 2002]. En Brasil, la unidad social es la *persona*, conforme subraya Amoroso Lima. Da Matta registra que allí son innumerables las expresiones que denotan desprecio por el 'individuo'. El término es usado como sinónimo de gente sin modales, un elemento desarraigado del mundo humano y próximo de la naturaleza, como los animales. De ahí que la palabra 'individuo' pueda ser utilizada en el lenguaje de la crónica policial como un terrible sinónimo para el pleno anonimato. (Cf. Da Matta, ROBERTO, "A dialética entre individuo e pessoa", en *Carnavais, malandros e heróis: para uma Sociologia do dilema brasileiro*. Guanabara, Río de Janeiro: 1990. p. 189.).

natural carácter socializador. La alegría del *sentimiento* que caracteriza la fiesta es el sostén de la permeabilidad o propensión tribal a la convivencia entre sus celebrantes. Ella es el estado de ánimo que da sentido a este encuentro y que se halla en distintas acepciones del término registradas en nuestro léxico: 1. *Reunión alegre con fin de divertirse*; 2. *Conjunto de ceremonias con que se celebra cualquier acontecimiento; solemnidad; conmemoración*; 3. *Día santificado, de descanso, de regocijo*; 4. *Conmemoración, solemnidad de la Iglesia; romería*; 5. (Fig.) *Regocijo, alegría, júbilo*²⁶⁰.

La fiesta es una *antítesis* del flujo de tiempo constante y rectilíneo *de lo cotidiano*: a la constancia del quehacer diario marcado por la repetición de gestos, acciones, se opone su efervescencia; a la 'pantomima' comedida y en muchos casos 'programada' de la vida ordinaria, al razonamiento constante en diálogos que se les quita la espontaneidad, se contrapone la desmesura del gesto, del habla, de la manera habitual de proceder del ser humano. Es el momento de ruptura con el tiempo horizontal que se manifiesta usualmente por un cambio general o parcial en el comportamiento (es cuando el sentimiento *propio* de la fiesta se consume), *que se observa en la transformación de la apariencia del individuo*, en su modo de vestirse, maquillarse y peinarse especialmente para el evento.

Roger Caillois nos llama atención sobre el *aspecto estructural* de la fiesta, revelándonos que la coexistencia de los antagónicos, sagrado y profano²⁶¹, es parte de su esencia y los reconoce como complementos imprescindibles a la dinámica de la vida, "(lo profano) como fuente inagotable que la crea, la mantiene y la renueva y el otro (lo sagrado), como medio en que esta se desenvuelve" (Caillois, 1942:14). Ahora bien, lo *sagrado* es para él una propiedad estable o efímera que pertenece a ciertas cosas (los instrumentos de culto), a ciertos seres (el rey, el sacerdote), a ciertos lugares (el templo, la iglesia, el sagrario), a determinados tiempos (el domingo, el día de Pascua, el de Navidad, etc.)²⁶² y lo *profano*, "el mundo de la comodidad y de seguridad" (Id.: 59). En relación con lo sagrado, "[está] desprovisto de existencia, como la nada frente al ser, [...] una *nada activa*, que envilece, degrada y arruina la plenitud respecto a la cual se define" (Id., *Ibíd.*: 14).

Este antagonismo, a su vez, se verifica en la conjunción de los elementos que componen la fiesta, sean ellos tangibles (la indumentaria, la música, la iconografía representativa de la celebración patente en los decorados, el espacio en que ella ocurre, etc.) o inmateriales, como el tiempo. Él se ha olvidado, todavía, de mencionar que en algún momento, uno de estos dos aspectos (sagrado o

²⁶⁰ BUARQUE de HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op.cit.

²⁶¹ Sugerimos como ampliación de lectura, una mirada sobre la definición de los conceptos 'sagrado y profano' según BAJTIN, Mijail. *La cultura popular en la edad media*. Barral Editores, Barcelona: 1971.

²⁶² Caillois, op. cit., pp. 12-13.

profano) prevalecerá sobre el otro, denunciando el verdadero carácter de la fiesta.

En su artículo “Fiesta, trabajo y lo cotidiano”, el autor Norberto Luiz Guarinello trata de ofrecer pautas para un concepto reglamentado sobre fiesta y que sea útil para un estudio de la vida cotidiana de las sociedades humanas. El autor coloca la variedad de interpretaciones que son dadas 'al término' como un problema de carácter hermenéutico de difícil solución, puesto que ellas chocan entre sí por tener significados particulares para los individuos en función de las circunstancias en que la fiesta se epifaniza. Juerga²⁶³, manipulación, alienación, son algunos de ellos y atestan su talante fluido, negociable y contestable, expresados por el sentido común. Él sugiere que la complejidad en su aclaración se debe a la interferencia de nuestros valores personales e idiosincrasias que colman en su definición social y en la que se confrontan diferentes comprensiones del vivir en sociedad.

En su búsqueda por una noción consensuada de fiesta, Norberto Guarinello transita por la informalidad del lenguaje oral, observando que el uso habitual del vocablo por los hablantes de una lengua, en particular, no es lo bastante para otorgarles poderes legitimadores sobre la autenticidad de éste o de aquel sentido, como siendo el más ajustable dentro de un contexto preciso. La ontología de la fiesta es otro punto resaltado por él en sus análisis acerca de características que acercan algunos eventos a la fiesta, como *por ejemplo*, su cariz socializador palmario en los bailes²⁶⁴ y comicios.

En su intento de elaborar una definición²⁶⁵ más genérica, encuentra en Durkheim la referencia original en los estudios acerca del tema. No obstante, pone de relieve el placer y la naturaleza colectiva de la fiesta como sus más genuinos fundamentos. Guarinello muestra que algunos autores adoptan una concepción implícita de lo que sea el término a partir de casos particulares de fiestas o de sus aspectos, para después generalizarlo. Cita el concepto de fiesta de Durkheim en “Las formas elementales de la vida religiosa”, como un 'acto colectivo, ritualizado, de carácter esencialmente sagrado, propio de las llamadas sociedades primitivas y que decaerían con la laicización y el individualismo propios de la sociedad contemporánea'. Hace referencia asimismo a la noción del término según Freud en su obra “Tótem y tabú”, en la que fiesta es una interrupción programada de la vida cotidiana o incluso, su inversión completa como forma de descargar energías

²⁶³ El diccionario Espasa-Calpe traduce al castellano el vocablo portugués 'bagunça' (*desorden*, en castellano) como *fiesta*, (*fam.*), *juerga* o *jarana*. (Cf. <<http://www.wordreference.com/ptes/bagunça>>)

²⁶⁴ Norberto cita especialmente los bailes 'funks' como uno de estos eventos socializantes, pero sin profundizar sobre el tema.

²⁶⁵ Cabe aquí recordar la diferencia entre definición (*lato senso*) y concepto (*stricto senso*), una vez que el objetivo del autor es encontrar un término general, consensuado.

y tensiones reprimidas. Él va más allá citando a Duvignaud en “Fiestas y civilizaciones”, mostrando que su interpretación del tema es de una instauración del caos de la naturaleza, negación del orden social, subversión y, para concluir, menciona Bakhtin en su obra “Cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: el contexto de François Rabelais”, en la que el autor se refiere a la fiesta como 'la manifestación colectiva específicamente popular, caracterizada por la risa, por la alegría desbordante, por lo grotesco, etc.'. Norberto Guarinello comenta que todos estos conceptos son, 'en rigor', incompletos, porque toman como parámetro fiestas de carácter particular o características específicas de determinadas fiestas y justifica esta falla por la imposibilidad de evasión a las aporías impuestas por el sentido común, lo que torna difícil el diálogo entre los propios científicos, una vez que no hay un acuerdo previo sobre lo que se está hablando. Apunta como camino alternativo y promisorio, 'pensar la fiesta en términos generales, abstrayendo de todas las particularidades históricas y culturales', declarando, con eso, su opción por no afiliarse a ninguna teoría concluyente, proponiendo, en cambio, presentar ideas para reflexionar sobre la fiesta. Hace, además, un estudio de cuatro posturas básicas del camino teórico que acoge: (1) evitar una fenomenología de la fiesta, ignorando afectos, sentimientos, emociones experimentadas por los participantes; (2) pensar la fiesta de modo no histórico, es decir, no encararla como una institución pasiva de historia y de evolución a lo largo del tiempo, tal hacen los que ven una línea continua de decadencia de las sociedades tribales a nuestros días; (3) abandonar, aunque temporalmente, la proposición de una tipología de la fiesta, ignorando los casos particulares excepto si son ilustración de principios más generales; y, *por último*, el punto crucial, según él, que es considerarla una estructura de lo cotidiano o parte de esa estructura de todas las sociedades humanas, como un producto necesario de ese cotidiano. Él se propone comprender la fiesta no como una realidad opuesta a la rutina, sino integrada a ella.

Inspirado en J. S. Martins²⁶⁶, la concibe como el tiempo concreto de las relaciones sociales, no como una dimensión particular de la existencia humana. A partir de este concepto, Guarinello elabora una definición de fiesta, circunscribiéndola a una modalidad de acción colectiva muy peculiar que, *en una primera instancia*, implica una determinada estructura social de producción material y laboriosamente preparada, costeadada, planeada y organizada conforme reglas adecuadas a cada una, por actividades efectuadas en el interior de la propia vida cotidiana y de la que son necesariamente producto y expresión activa. *En una segunda*, que abarca la participación concreta de un determinado colectivo sea él la sociedad en su conjunto o grupos dentro de ella con mayor o

²⁶⁶ MARTINS, J. S.: *O senso comum e a vida cotidiana*, en “Tempo social”, 10 (1):1-8,1988.

menor expresión o fuerza legitimadora, distribuyendo a los participantes dentro de una determinada estructura de producción y de consumo de la fiesta en la que ocupan lugares distintos y específicos. *En una tercera*, que aparece como una interrupción del tiempo social, una suspensión temporal de las actividades diarias que puede ser cíclica, a ejemplo de las fiestas episódicas de calendario y de la celebración de eventos singulares, implicando una concentración de la tensión de los esfuerzos y afectos de los participantes en torno a un objeto específico como sigue. *En una cuarta*, que se articula en torno a un objeto focal que puede ser un ente real o imaginario, un acontecimiento, un anhelo o satisfacción colectivos y que actúa como motivación de la fiesta, como su sentido explícito, sea conmemoración o celebración, constituye el leitmotiv de la fiesta y que, como tal, se agota en sí mismo. Es decir, la reunión conmemorativa en que la fiesta se constituye, es su propio objetivo; el objeto focal puede ser sagrado o profano, antiguo o reciente, puede estimular las más distintas sensaciones como euforia, fe, liberación, constrictión, superación, éxtasis, etc., y muestra que estas distinciones son irrelevantes para su objetivo, porque lo importante es que el objeto central funcione como polo de agregación de los participantes, como símbolo de una identidad que puede ser más o menos circunstancial o permanente. *En la quinta*, la fiesta es una producción social que puede generar varios productos, tanto materiales como comunicativos o, simplemente, significativos. Lo más crucial y más general de estos productos es la elaboración de una determinada identidad entre los partícipes o, antes, la concretización sensorial de una determinada identidad que es facilitada por la coparticipación del símbolo que es conmemorado y que, por lo tanto, se inscribe en la memoria colectiva, como un afecto colectivo, como una conexión de los afectos y expectativas individuales, como un punto en común que define la unidad de los participantes. En un sentido muy amplio, "la fiesta es producción de memoria y, pues, de identidad en el tiempo y espacio sociales"²⁶⁷.

Partiendo de estos axiomas, el autor define fiesta como "una producción de lo cotidiano, una acción colectiva que se da en un tiempo y lugar definidos y especiales, implicando la concentración de afectos y emociones en torno a un objeto que es celebrado y conmemorado, cuyo producto principal es la simbolización de la unidad de los participantes en la esfera de una determinada identidad"²⁶⁸. Ella pasa a ser entonces, un punto de confluencia de las acciones sociales cuya finalidad es la propia reunión activa de sus participantes. Con base en estas ilaciones, apunta a la producción de identidad como una de las disposiciones de la fiesta y aclara sobre a qué tipo de

²⁶⁷ Le GOFF, J.: "Memoria", en *Enciclopedia Einaudi*. Casa da Moeda, Lisboa: 1984. pp. 11-50.

²⁶⁸ GUARINELLO, Norberto Luis, op. cit., p. 972.

identidad se refiere, fundamentado en la lectura de Maffesoli²⁶⁹ (este, a su vez, inspirado por Duvignaud). Conforme señala, hay diferentes niveles o formas en las identidades producidas por las fiestas: una de ellas nos llama la atención por su afinidad con la identidad vestimentar ocasionada en la fiesta del *Dois de julho*, son las *identidades segmentarias* o grupales y que expresan su singularidad en medio del cuerpo social a través de *fiestas que le son propias*. Es, pues, la *ocasión* que facilita el surgimiento de este tipo de identidad, de manera que fuera de ella, no hay razón para que se la sostenga. Guarinello explica que identidad no significa necesariamente consenso, sino todo lo contrario; si ella es fruto de una realidad social, expresará naturalmente 'sus conflictos, tensiones, censuras, al mismo tiempo que actúa sobre ellos'. Advierte igualmente del hecho de que cada fiesta posee características particulares declaradas en sus reglas, códigos de conducta y expectativas, que pueden ser escritas, ritualizadas, espontáneas e informales como suelen ser 'los bailes funks', ilustra el autor. De las situaciones o festividades, Norberto Luiz aún destaca el significado que cada una representa para el participante 'enganchado' en ellas y, a la vez, la total falta de sentido que pueden tener para un observador ajeno a ambas. Cualquier que sea el evento, desde una usual demostración pública de atributos o habilidades con animales, exhibiciones de malabares, manifestaciones de fuerza física valiéndose de objetos o del propio cuerpo como instrumento, o incluso 'una pelea de gallos', pueden despertar la atención de aquel que asiste, como también serle indiferente. Hecho este, explicable por la cultura, por las nociones de sagrado y de profano (relativizadas²⁷⁰ en función de cada cultura), por el *ethos*²⁷¹ y la visión de mundo. Estos dispositivos son los que influyen en el mayor o menor interés de los individuos ante los acontecimientos cotidianos, sobre las efemérides y su subsistencia.

²⁶⁹ MAFFESOLI, Michel. *A sombra de Dionísio – uma contribuição a uma sociologia da orgia*. Graal, Rio de Janeiro: 1985.

²⁷⁰ El término tiene aquí el sentido a que le atribuye la filosofía, para la que el *relativismo* es una actitud o doctrina que afirma que las verdades (morales, religiosas, políticas, científicas, etc.) varían conforme la época, o lugar, o grupo social y los individuos. (BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.) O como lo define el diccionario Espasa-Calpe, "doctrina que propugna que el conocimiento humano es incapaz de alcanzar verdades absolutas y universalmente válidas". (Cf. en la web: <<http://www.wordreference.com/definicion/relativismo>>).

²⁷¹ Geertz advierte que en el debate antropológico reciente, "los aspectos morales y estéticos de una determinada cultura, los elementos valorativos, fueron resumidos bajo el término *ethos*, mientras que los aspectos cognitivos, existenciales, fueron designados "visión de mundo". En una definición más completa él define el *ethos* como "el tono, el carácter y la calidad de la vida de un pueblo, el estilo moral y estético y su disposición, la actitud subyacente en relación a él mismo y a su mundo que la vida refleja". (GEERTZ, Clifford: "O impacto do conceito de cultura sobre o conceito de homem", en *A interpretação das culturas*. LTC, Rio de Janeiro: 1989.) Título en castellano traducido por Catarina Argolo: "El impacto del concepto de cultura sobre el concepto del hombre" en *La interpretación de las culturas*.

7.2. Notas sobre el *Dois de julho*. Tipología y descripción del evento. La importancia de la participación popular en su realización y preservación.

El *Dois de julho*, magna fecha de Bahía. Consideraciones históricas sobre el evento.

Para el esbozo de una arquitectura de la fiesta cívica²⁷² del *Dois de julho*, día en que se celebra la Independencia de Bahía²⁷³ de la Corona portuguesa (1823), es necesario registrar, inicialmente, la ocurrencia de algunos datos históricos de aquel periodo y que aún hoy son rememorados en cada reedición anual de la fiesta. Estos datos se refieren básicamente a las partes implicadas en la lucha por su independencia y en la forma como ella se produjo. Otro punto importante a considerar, son los símbolos que se originaron del motín y que ganaron protagonismo en la fiesta, tornándose en la actualidad una parcela viva de nuestra memoria cívica, histórica y cultural.

Citando a Joel Rufino dos Santos (1979), el antropólogo, investigador y profesor baiano Ordep Serra, recuerda que la Independencia de Bahía sólo se ha concretado después de que las tropas de la Colonia, lideradas por el general Madeira de Mello, fueron expulsadas de Salvador. Designado a principios de 1822 para el comando de las fuerzas de la Provincia (Salvador), en sustitución de un brasileño, el hecho instigó todavía más los ánimos de los nativos que ya se mostraban descontentos desde el 1821, con los altercados contra los *marotos*, apodo dado a los gallegos, en este periodo. El no reconocimiento de la emancipación de Bahía por parte del General, hizo que ella se mantuviera subordinada a Portugal aún diez meses después de proclamada la

²⁷² En su artículo intitulado "O Tejuco faz a festa" (El Tejuco hace la fiesta), la historiadora Carla Simone Chamon trata de una *fiesta cívica* realizada en el poblado de Tejuco, provincia de Minas Gerais, en 1815. En él, la autora destaca el momento de vivencia política para los habitantes del poblado, en el que los valores y sentimientos políticos puestos en escena, incitan la reflexión sobre la construcción de un orden político y social que pasa por los arreglos de las élites y por los agenciamientos simbólicos y ritualistas accionados por el poder. La *fiesta cívica*, bajo su punto de vista, tiene un principio pedagógico que es educar a la comunidad donde ella es celebrada no sólo con la ocupación ordenada de las calles, sino también con símbolos e imágenes alusivas al objeto del festejo, revelando un poder de fijarse en la memoria mucho más que las palabras. Trabajando más con la afectividad que con lo racional, estas imágenes aprisionan al espectador por la emoción que le causan. No obstante el más importante aspecto de la fiesta cívica subrayado por la historiadora y que coincide con lo que entendemos no siendo el principal sentido de la fiesta, la solidaridad, es ella responsable de la consolidación de "lazos afectivos entre la población y el poder, forjando y afirmando la adhesión de los individuos a los valores y sentidos instituidores de la sociedad. Aunque ni siempre sea posible alcanzar ese objetivo íntegra o parcialmente, lo que importa es que en el momento de la realización de la fiesta, los participantes crean sentidos y significados para la vida en sociedad, imaginan simbólicamente su mundo. Por medio de la imaginación social (de la imaginación, especialmente, que es elemento fundamental de cualquier fiesta y de la vida en sociedad), una colectividad se designa y se representa, crea una identidad, estableciendo a partir de ahí su relación con el mundo". (CHAMON, Carla Simone: "O Tejuco faz a festa. Festejo cívico no arraial do Tejuco em 1815", en JANCÓS István y KANTOR, Íris, (orgs.). *Festa: cultura e sociabilidade na América portuguesa*. vol II. Hucitec/FAPESP/Imprensa Oficial, São Paulo: 2001. p. 598.)

²⁷³ En el año 1822 Portugal concedió la Independencia de Brasil (que es celebrada en *todo* el territorio nacional el siete de septiembre) pero no la de Bahía, que mantuvo su dependencia de la Corona Portuguesa y de la cual se liberó casi un año después, en 02.07.1823, tras la derrota de las tropas lusitanas del general Madeira de Mello.

Independencia de Brasil. Es importante destacar la participación popular en este proceso emancipatorio, omisa en la gran parte de la literatura oficial y que explica, en la actualidad (es lo que atestamos), su dedicación en los preparativos de la fiesta del *Dois de julho* y su interacción en ella.

Como parte de los datos recuperados en la fiesta, se asiste hoy, en Salvador, a la entrada de las tropas victoriosas conmemorada el año siguiente al hecho (1824), con una gran marcha en la que patriotas llevaban en desfile, una carroza cogida de los portugueses en la batalla de Pirajá²⁷⁴. Esta carroza (cf. Figura 44), decorada con ramas de plantas autóctonas de café, caña de azúcar y tabaco, transportaba un *caboclo*²⁷⁵, mestizo de sangre indígena, símbolo vivo de la 'nueva' nacionalidad. En el año posterior (1826), esta figura viva fue sustituida por una representación hecha por el escultor Manuel Ignácio da Costa, preservada hasta la actualidad en el panteón de la Lapinha, de donde todos los años sale la cabalgata. El *caboclo* es simbolizado altivo, vistiendo una falda corta y un *cocar*²⁷⁶ típicos de los indígenas y dominando a una serpiente que alancea, mientras empuña la bandera de Brasil con la mano derecha. La serpiente, rodeada de trofeos de guerra, representa la tiranía portuguesa, según la descripción del profesor Ordep Serra (2000: 128). La interpretación de la victoria de los baianos sobre los portugueses, en que la nación lusitana es identificada con un reptil avasallado, llevó al Teniente General Soares de Andréia (presidente y comandante de las armas de la provincia de Bahía, portugués de nacimiento y naturalizado brasileño), a solicitar la definitiva suspensión del desfile del *caboclo* (1846), por juzgarla ofensiva a sus paisanos residentes en el país. En cambio, ha propuesto como solución, el reemplazo de dicha representación por la de una *cabocla*, *Catarina Paraguaçu*²⁷⁷, empuñando la bandera nacional con la mano izquierda, y con la derecha, un banderín con el dístico "Independencia o muerte" (Ibíd.: 129). No obstante, vino

²⁷⁴ Barrio de la capital *soteropolitana*.

²⁷⁵ Palabra de origen *tupi*, *caboclo* significa mestizo del blanco con el indígena o 'brasileño', simplemente. (Este último significado lo registra Serra en n. de pie n° 26, p. 163, op. cit.). *Tupi*, etnónimo usado para reportar al individuo de los *tupís*, población indígena que habitaba el norte y centro-este de Brasil, en la región comprendida por el río Amazonas y sus afluentes de la margen derecha y cuya lengua constituía uno de los cuatro principales troncos lingüísticos da América del Sur. (Cf. BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.).

²⁷⁶ *Cocar* [del fr. *cocarde*.] - Penacho, lazo o distintivo que se usa en la cabeza, en el sombrero, etc. (En BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.)

²⁷⁷ En nota de pie (n.7, p. 160, op. cit.), el antropólogo informa que Catarina Paraguaçu fue una indígena desposada por Diogo Álvares Correia, uno de los primeros portugueses que se establecieron en las tierras donde más tarde se fundaría la ciudad de Salvador. Salvado de un naufragio en la *Bahía de Todos os Santos* por uno de los miembros de la tribu *tupinambá*, fue acogido por su jefe quien le concedió su hija en matrimonio, la indígena *Paraguaçu*, bautizada 'Catarina' de viaje con su marido (Diogo) a Francia, nombre este que le fue dado en homenaje a Catarina di Medici, esposa del rey Enrique II. Otras fuentes informan que la Catarina a la que quisieron prestar homenaje, poniendo su nombre, fue la de Portugal (Cf. AMADO, Janaina. Diogo Álvares, o Caramuru e a fundação mítica do Brasil. Disponible en la web: < <http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arg/282.pdf> > [Acceso en: 11 nov 2006]

enseguida una reacción de los veteranos de la guerra de Independencia que se unieron en contra de sus planes de exclusión del *caboclo*, proponiendo en contrapartida, su acomodo en la carroza, al lado de la *cabocla*, pero sin la presencia de la serpiente. Actualmente es esta la representación a que se asiste en el desfile: la carroza decorada con hojas del cocotero y la pareja de *caboclos*.

Figura 44. En la carroza con techo de paja, ornada con plantas tropicales, el caboclo y la cabocla llevan las banderas de Bahía y de Brasil, respectivamente.



Lo profano (civismo) y lo sagrado en el *Dois de julho*. El aporte de la fiesta en la configuración del *ethos* de *baianidade*.

Una de las peculiaridades del *Dois de julho* es una 'ilusoria' anomia que puede ser interpretada como una ausencia de reglas en la disposición de sus acontecimientos. Esta 'falsa anomia' explica *per se* el carácter atípico de esta festividad, que consiste de la compaginación entre los pares antinómicos – *estrutura* y *communitas*²⁷⁸ (Turner, 1969a), *tempo histórico* y *cronología*

²⁷⁸ *Estrutura* y *communitas* son dos distintos modelos sociales, reconocidos por Turner y que sólo pueden ser comprendidos cuando puestos en confrontación. Por *estrutura* se entiende el sistema hermético, estático, con raíces en el

cósmica²⁷⁹ (Da Matta, 1990) – y que corresponden, respectivamente, a las conmemoraciones oficiales comúnmente vinculadas a un hecho histórico específico y a las celebraciones fundadas sobre el espíritu de la espontaneidad y del esparcimiento, como se revelan en las fiestas populares, de un modo general (Idem).

El *Dois de julho* coordina, además, otro par de antitéticos que conviven en la mayoría de los festejos religiosos: lo *sagrado* y lo *profano*. Este pormenor sumado a los rasgos anteriores y a su esencia eminentemente cívica, acentúa aún más su carácter idiosincrásico.

Aunque calificada como *cívica*, la fiesta incluye en su programación, *prácticas hieráticas* entre las cuales, la realización de un *Te Deum*, así como pone relieve sobre dos personajes alegóricos – el *caboclo* y la *cabocla* –, cuya participación se confunde con importantes referencias de la cultura brasileña: su formación racial y el culto *umbandista*²⁸⁰. La presencia constante de las baianas (las sacerdotisas del Candomblé, como las nombra Serra) en el desfile, se revela igualmente como una expresión afirmativa de esa religiosidad (afrobahiana). El profesor Ordep Serra la registra,

pasado. La *communitas* es una modalidad de relación social asociada a estados y personas marginales, presente donde *no hay estructura* y que se estriba en la noción de *camaradería* entre miembros de un mismo grupo social. El concepto de *communitas*, que en los trabajos de Turner tiene relación con los de liminalidad, marginalidad, inferioridad y ecuanimidad, es perfecto para el entendimiento de situaciones y eventos que concurren con la *estructura* ordenada del desfile cívico del *Dois de julho* y que le confiere carácter polisémico. Siendo, por lo tanto, la perfecta traducción del mundo 'periférico', la *communitas* conlleva particularidades afines al arte, como la libertad de expresión, la espontaneidad, el derroche, el énfasis en las relaciones personales más que en las obligaciones sociales (que en el arte correspondería a la construcción de un universo *subjetivo*, expresado en la creación de un estilo propio y a que se contraponen la *objetividad* de las imposiciones adivinadas de la sociedad).

²⁷⁹ Para hablar de estos dos tiempos, Da Matta ilustra con el Día de la Patria (en Brasil, es el 07 de septiembre) y el Carnaval. El primero es un ceremonial relacionado a un 'evento histórico' específico (es un *rito histórico* [Lévi-Strauss, 1970, (1962a): Cap.VIII]), que posee un inicio documentado y que forma parte de un conjunto de 'momentos' críticos de la vida brasileña, los cuales son vistos encadenados por una temporalidad marcada por un sentido de 'progreso', 'evolución' y 'no repetición', semejante al ciclo de un *ser*, en este caso, la *nación brasileña*. El tiempo del *Día de la Patria* es un 'tiempo histórico' porque remite a los participantes del ritual hacia dentro de la especificidad de la historia de Brasil. El tiempo del Carnaval, en cambio, es *cíclico* porque no depende de fechas fijas y *cósmico* porque es señalado por una relación entre Dios y los hombres y tiene, por eso, un sentido universalista, trascendente; además, remite a los participantes del ritual hacia fuera del contexto brasileño, poniéndolos en contacto con el mundo de lo sagrado, de lo divino o de lo sobrenatural. Añade, aún, que en términos de temporalidad, ambos rituales son ritos de paso (o ritos de calendario). [Cf. Da Matta, op. cit., pp. 43-45.]

²⁸⁰ En su estudio acerca de algunas formas básicas de desplazamiento, Da Matta se preocupa en buscar el punto de origen de cada una de ellas, tomando como principio la idea de una vinculación entre los dominios y papeles sociales, ideologías gestos y objetos presentes en él. En sus observaciones sobre el *mundo ritual* (en oposición al *mundo diario*) él destaca las *procesiones* e identifica la *marcha* como punto de partida de este 'mundo'. Lo curioso en sus notaciones sobre las procesiones, son las afinidades que hay entre ella y la cabalgata de los caboclos, por ejemplo su disposición espacial con relación a los partícipes: tanto en las procesiones religiosas como en la cabalgata de los caboclos, las imágenes se elevan de la multitud hermanando a todos los presentes en el evento. Sucede asimismo como con los santos, que los símbolos máximos del *Dois de julho*, los caboclos, se tornan elementos socializadores, pues todos lo que de ella participan, se hermanan con y por ellos, creando afiliaciones a lo largo de su recorrido. En ambas situaciones, todo el espacio está vinculado a sus protagonistas y se "crea una atmósfera de transferencias de lealtades y de apertura hacia el campo de lo sagrado" (Da Matta, op. cit., p. 85). Esto explica por qué en el día de la fiesta el espacio íntimo de la casa es abierto hacia la cabalgata: en todo el trayecto por donde pasa la carroza, ventanas y puertas están abiertas, "Cortinas y toallas de encaje, del mejor lino, con jarrones festivos con flores, son puestos en las ventanas y balcones" (Ibid., refiriéndose a la participación de los habitantes durante las procesiones).

además, en nota de pie (n.10, p. 161, op. cit.), informando que hace poco, había participación de la 'Iglesia' a través de monjas que solían repetir la ofrenda de una corona de flores²⁸¹ al general Lima e Silva, comandante de las fuerzas libertarias, poniéndola en una estatua suya, en el transcurso de la cabalgata.

Para comprender estas idiosincrasias del *Dois de julho* y, sobre todo las que se ven relacionadas a lo sagrado y a sus distintas declinaciones, es necesario volver antes a la cuestión matricial de este discurso, iniciada en el primer capítulo, sobre el *ethos baiano*, razón inaugural del ecumenismo, del sincretismo y de esta superposición de interpretaciones en torno al mismo evento religioso, todos ellos tan enraizados en la cultura brasileña. En este último caso, aludimos al significado que la fiesta posee para dos grandes grupos de devotos constituyentes de la sociedad baiana: católicos y adeptos a los cultos afro más importantes, el *candomblé* y la *umbanda*. Para el primer grupo, el *Te Deum* es el acto sacro perentorio de la fiesta, interpretado conforme los cánones del catolicismo; para el segundo (que también se califica católico, por el sincretismo religioso), esta misma ceremonia representa la misa de los *caboclos*²⁸². El *Te Deum* no se destaca tanto como los *caboclos*, en el contexto general de la fiesta. Estos sí, son efectivamente, el gran foco del debate sobre lo *sagrado* y lo *profano*, al lado de la *naturaleza cívica* del evento, con toda suerte de situaciones que se producen en su transcurso. Estos dos 'elementos estructurantes' – los símbolos de la Independencia y el civismo –, demuestran lo problemático que es prescribirle una identidad. Guarinello se posiciona a ese respecto, mostrando, inicialmente, que el propio concepto de *fiesta* divulgado por los científicos sociales, así como ciertas nociones operadas por el sentido común cotidiano entre alegría y tristeza, *sagrado* y *profano* representan un recorte *arbitrario* en el interior de

²⁸¹ Serra señala que la tal ofrenda al General fue hecha por monjas del Convento de la Lapa, en el año 1823.

²⁸² Transcribo aquí las notas de Serra sobre el entendimiento de un (1) *ogã* sobre los *caboclos*, en el *Dois de julho*: "El *caboclo* y la *cabocla* son santos muy poderosos, los dueños de la tierra de Brasil. Son guerreros y cazadores de mucha fuerza espiritual. Tenemos que respetarlos". Y prosigue Serra, con sus aclaraciones: "En Casas de rito (2) *ketu* (*nagô*) donde reciben culto al lado de los orishas, los *caboclos* son frecuentemente relacionados con *Oxóssi* – un orisha cazador, que tiene como emblemas el arco y la flecha, y se (3) *sincretizó* con el santo guerrero San Jorge. Este orisha es también caracterizado como un indígena. Me acuerdo del habla de (4) Madre *Menininha*: "Oxóssi es un indígena, hijo mío. Cuando desconfía...". Los *caboclos* de las (5) *aldeas* místicas [...] Aunque sean naturalmente bondadosos y joviales, ellos pueden volverse violentos, cuando irritados. Nada temen. Conocen los secretos de la naturaleza. Son (buenos) salvajes". (Cf. Serra, op. cit., nota de pie n° 31.). (1) Palabra de origen *yoruba* o *jeje*, el *ogã* es un título honorífico concedido a los protectores de los terreros de *candomblé* y *umbanda*. (En BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.). (2) *Ketu*, nombre del pueblo y de la ciudad que fue dominada, destruida y anexada al *Daomé*, actual República Popular de Benin. (3) *Sincretizar* es producir sincretismo en. *Sincretismo* es el amalgama de doctrinas o concepciones heterogéneas. (En BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.).(3.1) *Sistema filosófico* que trata de conciliar doctrinas diferentes. (Cf. Diccionario en línea de la Real Academia Española). (4) La más destacada *yalorixá* de Bahía y afamada por todo el territorio nacional, Madre *Menininha do Gantois* (1894, Salvador –1986, Salvador) fue bautizada en el catolicismo como *Maria Escolástica da Conceição Nazaré* (Maria Escolástica de la Concepción Nazarena). (5) Se llaman *aldeas* los terreros donde se rinde culto a los *caboclos*. (SERRA, *Ibid.*, nota de pie n° 15)

una actividad social, de un modo de acción colectiva más amplia y que en esta perspectiva, no ofrece criterios suficientemente fundados para distinguir, por ejemplo, un evento como una *fiesta*, de un *funeral*. Su línea de razonamiento se desarrolla en esta misma dirección cuando se posiciona con respecto a la *identidad* de una festividad, por eso aboga por el uso de conceptos más amplios y abstractos en detrimento de criterios culturales o individuales que puedan confinar una teoría a una óptica particular que imposibilite la percepción de detalles y sesgos en las diversas categorías de festejos y conmemoraciones²⁸³.

Comulgamos con esta problemática levantada por el autor, cuando intentamos dilucidar la orquestación de hechos y acontecimientos tan disímiles que componen la *fiesta*. Lo cierto es que cada participante o cada grupo de participantes vivirá el *Dois de julho* según sus creencias (como en la situación anteriormente expuesta sobre el *Te Deum*), su albedrío y expectativas. Es la vivencia plena de autonomía, proporcionada por el 'clima' de la fiesta, que habilita la vivencia de los roles durante el desarrollo de la fiesta y es a esta misma autonomía que su carácter espectacular está condicionado. Un grupo de celebrantes, por ejemplo, suele vestirse de *caboclo* o *cabocla* para homenajear a estas entidades que son divinidades de su culto, la *umbanda*, todavía no reproducen públicamente su actuación en el interior de los *terreiros*. Esta es la manera que han encontrado de vivir lo *sagrado* en la fiesta. Hay un aspecto curioso sobre el enlace entre lo cívico y lo religioso en las acotaciones de Serra, que no está circunscrito al *Dois de julho*, ni a nuestra sociedad (brasileña), tratase de la transposición del lenguaje mítico al rito cívico. Él se fundamenta en las nociones de inmortalidad, sacrificio y heroísmo para explicar como “en el discurso de la mitología cívica del *Dois de julho*, la guerra de la liberación se traduce en símbolo de poderosa apelación para la población: el héroe al lado del bien (de la libertad y del derecho) se enfrenta al mal – la tiranía – hecho una divinidad en lucha contra potencias infernales” (Serra: *Ibíd.*: 138). Él se fundamenta en las nociones de inmortalidad, sacrificio y heroísmo para explicar como “en el discurso de la mitología cívica del *Dois de julho*, la guerra de la liberación se traduce en símbolo de poderosa apelación para el pueblo: el héroe al lado del bien (de la libertad y del derecho) se enfrenta al mal – la tiranía – hecho una divinidad en lucha contra potencias infernales” (Ídem). Todo el esfuerzo del antropólogo se justifica por el designio en dilucidar la 'glorificación de los *Caboclos*' en los medios populares y en comprender la introducción de 'esta práctica hierática' en una fiesta profana de talante eminentemente cívico. Él concluye que la popularización y veneración de estas divinidades entre las

²⁸³ Op. cit., p. 975, adaptado.

clases más populares tiene su origen (1) en la concepción (romántica, añadimos) del indígena como el 'buen salvaje' – una evocación de la naturaleza, un retorno al mito (Eliade) y, por lo tanto, sagrada por principio –; (2) en su representación hierática²⁸⁴, en la efeméride, 'inspirada' en los negros que tenían en su panteón, dioses caracterizados como *Drachentöter* ("matador de dragón") y en San Jorge, uno de los santos más estimados en Brasil, simbolizado sobre un caballo blanco, lanceando un dragón²⁸⁵. Los puntos álgidos de este debate son la convivencia de más de una forma de festejo en la misma efeméride, como se observará, a continuación.

La fiesta, tal cual se realiza en la actualidad, del principio al fin. Introducción sobre la interacción del público con el evento: los preparativos y su actuación.

Antes de describir la *fiesta* del *Dois de julho*, hemos trazado un bosquejo de lo que abarca su celebración, guiándonos a la vez, por las orientaciones de Ordep Serra y por nuestras propias observaciones, sin el compromiso con el desarrollo de cada tópico del evento aquí destacado.

Las expectativas del público en relación a *esta fiesta* no depende de motivaciones como el factor novedad, ingente a otras celebraciones profanas, como el *carnaval*. En el *Dois de julho*, la emoción de asistir o de poder colaborar en sus preparativos es renovada a cada año de su realización, con el mismo entusiasmo que se adueña de sus integrantes y de aquellos que participan del evento por primera vez.

A lo que habitualmente se asiste en este día, es 1. un séquito en el que se mezclan autoridades, espectadores y a los que se afilian a tropas que integran el desfile; 2. ceremonias cívicas con participación de la población (aquí se incluyen los desfiles de algunos colegios de la red pública provincial); 3. manifestaciones cívicas realizadas con intensa participación popular no programadas oficialmente; 4. ceremonias cívico-religiosas programadas con intensa participación popular (la celebración de un *Te Deum* en la Catedral, discursos, el alzamiento de banderas, ejecución del himno al *Dois de julho*) 5. actos religiosos no oficialmente programados; 6. holganzas (festejos) populares programadas y no programadas (cf. Figuras 45 y 46).

El *Dois de julho* es una festividad que se empalma con otras que ocurren en parajes implicadas con la Independencia de Bahía, como *Cachoeira*, ciudad histórica, cerca de 200 km de la capital baiana (Salvador) y de vital importancia en la formación de las tropas oponentes a los

²⁸⁴ Cf. p. 154 y nota de pie n.187, p. 157, op. cit..

²⁸⁵ Serra, op. cit., p.138, adaptado.

conquistadores lusitanos. Las festividades del *Dois de julho* empiezan en esta ciudad, de donde, en el pasado se han organizado y salido las fuerzas de combate en dirección a Salvador. Este episodio es anualmente conmemorado con el 'fuego simbólico' ("la antorcha representando la virtud cívica de los antepasados", observa Serra, op. cit., ídem) con el que se enciende la pira (cf. ítem 4, arriba) en el monumento erigido a la Independencia de Bahía, en Salvador, en el largo del Campo Grande. Serra informa que el fuego simbólico sale de *Cachoeira*, transportado por atletas que rehacen el itinerario de las fuerzas libertadoras, llegando a la capital el uno de julio, víspera de la fiesta oficial y día en que se ornamenta el Panteón de la *Lapinha* y los carros alegóricos (Ídem). En el día *Dois de julho* la cabalgata sale del *largo*²⁸⁶ de la *Lapinha*, en el barrio de la *Liberdade*²⁸⁷, con el pueblo que conduce 'la carroza de los caboclos' – elemento principal de la epifanía –, hasta el *largo* del Campo Grande, en el centro de la ciudad. Aunque de carácter predominantemente cívico, el *Dois de julho* es una fiesta secular que aúna lo sagrado y lo profano (cf. Figuras en el final de cada apartado). Juntamente con los habitantes se suman las agrupaciones de militares, autoridades locales, estudiantes de la red pública de enseñanza, debidamente uniformados para el desfile (tal cual el "Siete de septiembre", día en que se conmemora la Independencia de Brasil) y acompañados de sus fanfarrias. Asimismo se involucran disfrazados imitando a los héroes de la guerra de emancipación, orquestas de la región del *Recôncavo baiano*²⁸⁸ (donde se localiza la ciudad de *Cachoeira*) y otras

²⁸⁶ Como el propio nombre indica, 'largo' (*ancho*, en castellano) es un local de considerable extensión. En Brasil se lo utiliza muchas veces en sustitución a 'plaza', lugar público cercado de edificaciones. (Cf. BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.)

²⁸⁷ El historiador y profesor baiano Cid Teixeira, en sus declaraciones sobre los orígenes de los barrios de Salvador, explica que (1) *Lapinha* (cueva pequeña) significa belén y advierte para su uso restringido en algunas zonas del interior de la provincia de Bahía. Comenta que "cuando los sacerdotes iniciaron la devoción al Niño Jesús, se fundó la capilla de la *Lapinha* y desde entonces el nombre ha sido preservado. *Lapinha*, el barrio, era el límite norte del Salvador del siglo XIX, de manera que hasta hoy, el ejército libertador del *Dois de julho* (o las fuerzas de 1823, como también se suele decir) entra por él, en la ciudad. De la *Lapinha* para la *Liberdade* era el interior, como una reescenificación de este acontecimiento histórico. (2) La *Liberdade* era carretera de las boyadas. El buey que bajaba de la región era comercializado en la feria del *Capuame*, feria de ganado y que después cambió el nombre para *Dias d'Ávila*, hoy ciudad emancipada. Ese ganado era traído a la ciudad para el abate en un matadero que se ubicaba donde hoy es el terminal de la *Barroquinha*. Por esto el río se llama *rio das Tripas*, porque las deyecciones, las sobras del sacrificio de los animales eran echadas allí. *Rio das Tripas* estaba allí, no la *Baixa dos Sapateiros*, como hoy existe, un río encauzado. Se caminaba por cima del exterior de la bóveda que crea la *Baixa dos Sapateiros* (Bajada de los Zapateros, en castellano) el *rio das Tripas* está allí. Este ganado venía por la carretera de las boyadas, por donde entró el ejército libertador en 1823, y que hoy es conocida como *Liberdade*. (Cf. en la web: <<http://www.cidteixeira.com.br/Template.asp?nivel=00030007&identidade=187>> [Acceso en: 09 nov 2006])

²⁸⁸ El *Recôncavo baiano* no es una 'cueva', como sugiere la traducción al castellano, es una región rica en petróleo, localizada en torno a otro accidente geográfico, la *Baía de Todos os Santos*. Se encuentra limitada al norte por Salvador, capital de esta provincia, y entre las principales ciudades que le circunscriben están, *Candeias*, *São Francisco do Conde*, *Madre de Deus*, *Santo Amaro*, *Cachoeira*, *São Félix*. Su importancia para la historia, la economía, la formación étnica y cultural del Brasil Colonial se explica por haber sido un importante centro productor de caña de azúcar, albergue de los pilares formadores de la raza y cultura brasileñas. Allí se encuentran las raíces del *candomblé*, culto afrobrasileño introducido por los africanos, y con quien ha nacido la samba, dos valiosos patrimonios culturales de Brasil.

bandas locales, jinetes montados en sus caballos, en una alusión al hombre de la región del *sertão*²⁸⁹ de Bahía, además de las baianas, figuras típicas, imprescindibles en todas las ocasiones festivas y representantes *del candomblé*, culto afrobrasileño.

El desfile cumple dos etapas, una por la mañana, iniciada en la *Lapinha*, con un interregno en la plaza Municipal y la otra sigue por la tarde, a partir de este punto hasta el monumento a la Independencia de Bahía, en el *largo* del Campo Grande.

Sin la efectiva colaboración del pueblo, la fiesta sería inviable. Esta peculiar forma de interacción tiene inicio con el arreglo de las carrozas de los *caboclos* en el Panteón de la Lapinha, y prosigue el día posterior con la ornamentación de las casas ubicadas en el trayecto por donde pasa la cabalgata, hecha por sus propios habitantes. Tal intervención se manifiesta en las *fachadas*, donde son colgadas flores de papel y hojas de cocotero. Las amas de casa, junto con sus familiares, expresan su civismo y respeto a la tradición del *Dois de julho*, exponiendo lo mejor de sus artículos de hogar, en artesanía, sobre el alféizar de sus ventanas: son toallas en croché, encajes, estolas en *patchwork* y en otras técnicas de retales. Las calles se llenan de banderolas, de globos de colores alusivos a la patria – el verde y el amarillo predominantes de la bandera nacional –, que se confunden con los de la bandera de Bahía, el *azul*, el *rojo* y el *blanco*. Algunas construcciones exponen paneles con representaciones de los *caboclos*, de los hechos de la Independencia de Bahía y de sus mentores. De toda esta labor, *el gran público* sólo disfruta del resultado en el día del desfile, jamás de su ejecución.

Es importante enfatizar la espontaneidad de la colectividad en la elaboración de fiesta, desde su génesis hasta sus conmemoraciones finales, que se encierran en el 5 de julio. Todos los estamentos sociales están allí presentes: familias, *grupos de amigos disfrazados* que forman comparsas y también *manifestantes solitarios que se divierten disfrazándose para la fiesta*, vendedores ambulantes de golosinas, de banderines, globos y molinetes, las típicas baianas de *acarajé*, sin contar los tenderetes que se instalan informalmente para la venta de comidas ligeras.

La creación de una cosmética para la fiesta es una de las conductas interactivas más destacadas y *expresivas* que se observan allí, por su diversidad y originalidad. De los que construyen una apariencia específica para el evento, están aquellos que se inspiran en el tema del *Dois de julho*, y los que ven en esta ocasión, como harían en cualquier otra, un asidero para *crear*,

²⁸⁹ (Brasilismo). Zona del interior de Brasil, poco poblada, en especial del interior semiárido, de la parte norte-occidental, más seca que la *caatinga*, donde la crianza del ganado prevalece sobre la agricultura y donde perduran tradiciones y costumbres antiguas.

disfrazándose o *cosmetizándose*. Lo que es patente en la expresión indumentar de esta fiesta, es su compromiso con la demostración de una conciencia de respeto y preservación de la memoria histórica local y con el reconocimiento del valor de su contribución como agentes cooperadores, capitales en este proceso. Esta misma conciencia se manifiesta en la actitud de los que se involucran con la decoración de sus casas y del trayecto por donde desfila la cabalgata.

Los celebrantes 'cosmetizados' y disfrazados son presencia constante durante todo el desarrollo de la fiesta. Al lado de los músicos de las fanfarrias, de figurantes con trajes típicos, vaqueros, uniformados, políticos, de otros tantos integrantes y del vasto público, construyen el gran mosaico de colores en el que prevalecen *los tonos del patriotismo* y de la *joie de vivre* propia del *carácter baiano de ser*.

Pero sólo después de las celebraciones oficiales y del desfile, es cuando la multitud se entretiene bailando al ritmo de las bandas de música o de las ruedas de samba, asistiendo a la presentación de las retretas y orquestas, o animando a los *capoeiristas* que se incorporan a la fiesta, luchando al sonido del *berimbau*.

Figura 45. Aspectos generales de la fiesta: cabalgata con la carroza de *caboclos*; grupo de indígenas, símbolo del civismo y de la 'nueva' nacionalidad conquistada con la Independencia; grupo de baianas, expresión afirmativa de la religiosidad afrobahiana; desfile de las escuelas municipales; fachada de la Fundación Casa de Jorge Amado, artesanalmente decorada con las banderas de Brasil y de Bahía.



Figura 46. Desfile del ejército y de bandas musicales; participación de los habitantes locales, en la fiesta, en el decorado de las fachadas de las casas y presencia de manifestaciones folclóricas.



7.3. Estética y socialización en la fiesta. La plástica indumentar del *Dois de julho*: expresión personal y agente socializador. ¿En qué medida el arte funciona como instrumento socializador?

"[...] no puedo existir en la vida cotidiana sin interactuar y comunicarme continuamente con otros. Sé que otros también aceptan las objetivaciones por las cuales este mundo se ordena, que también ellos organizan este mundo en torno de aquí y ahora, de su estar en él, y se proponen actuar en él. También sé que los otros tienen de este mundo común una perspectiva que no es idéntica a la mía. *Mi aquí es su allí* [...] A pesar de eso, sé que vivo en un mundo que nos es común. Y lo que es de suma importancia, es que hay una correspondencia entre mis significados y sus significados en este mundo" (Berger y Luckmann 1993: 40-41). [Subrayados nuestros].

Es tarea de la Sociología analizar las relaciones sociales que se originan de la convivencia en sociedad y comprender las distintas formas de vivir y de interactuar de sus miembros y grupos sociales, así como de las instituciones, normas, leyes y valores que estas correspondencias tienden a producir en el eje de estos grupos.

Uno de los cuestionamientos que la Sociología se plantea y que representa una importante contribución para nuestro estudio, es el *proceso de comunicación* o de *interacción* que se establece en dichas relaciones. Esta ha sido una misión compartida por la Sociofenomenología (A. Schutz, 1964), el Interaccionismo simbólico (Mead, Blumer, Goffman), la Etnometodología (Cicourel, 1964, Garfinkel, 1967) y la Sociología del Conocimiento (Berger, Luckmann, 1963), utilizando metodologías y enfoques muy particulares.

A la luz de los análisis de estos investigadores sobre los *intercambios sociales*, hemos intentado averiguar si las *expresiones vestimentares producidas en la fiesta* son una manera peculiar y eficaz de interactuar con los demás partícipes durante el evento (lo que significa expresar su simbolismo en la apariencia de modo particular y utilizarla como una forma de comunicación), reafirmando una conciencia y una acción de preservación del importante marco político de nuestra historia que es el *Dois de julho*.

La cotidianidad de las calles, tiempo-ambiente propicio a la interacción y regido por reglas sociales, fue la referencia adoptada para contrastar con la *fiesta*, acción colectiva que también se desarrolla en un espacio público abierto y que se distingue del primero por la ausencia de normas.

Por otra parte, la noción de que la *celebración* es un *arte* y el *culto festivo* un *símbolo de la*

colectividad donde se hallan ciertos modos de representación (Gadamer, 1977), fue otro aspecto examinado, que refuerza nuestra visión de que *fiesta* es a la vez, (1) *el lugar donde la creatividad se manifiesta bajo los tintes de la fantasía, de la catarsis y de lo lúdico*. Es también (2) un agente socializador²⁹⁰, por excelencia, y un espacio en el que se plasman variadas formas de *acción* y de *actuación*²⁹¹. Hemos tenido en cuenta, además, lo que ella simboliza en tanto dimensión del ejercicio y aprendizaje de la ciudadanía y de apropiación de la historia de un lugar o nación por parte de su pueblo (Rita Amaral, 1998), explícitas en el compromiso conjunto del colectivo en su planeamiento,

²⁹⁰ Recordamos la enseñanza de Edward Sapir sobre el importante papel de la *cultura* como sistema de comunicación interindividual. Para él "el verdadero lugar de la *cultura* son las interacciones individuales", en otros términos, diríamos que *ella* es un conjunto de significaciones que son comunicadas por los individuos de un grupo dado a través de estas interacciones (CUCHE, op. cit., p. 105). Retomamos así el posicionamiento inicial sobre la influencia de la cultura como sistema de integración entre sus miembros, o podríamos afirmar en otras palabras que son los trazos culturales compartidos por los individuos y grupos de una sociedad los inspiradores de un *ethos* responsable por un contacto más cercano y mayor solidaridad entre las personas. En la elaboración de este *ethos*, la apariencia (más objetivamente, 'la forma espectacular de vestirse') juega un papel fundamental porque funciona como un agente socializador en el mundo de la vida (Schütz), o sea, la imagen personal en cuanto producto cultural, es un factor determinante de los intercambios que se procesan en la vida cotidiana.

²⁹¹ Proponemos una distinción entre *acción* y *actuación* pero sin perder de vista afinidades que se observan en la esencia creativa (y espectacular, añadimos) de ambos vocablos, desde las perspectivas parsoniana y schütziana. La *acción* (social), para el primero, es una conducta cuyo significado está relacionado con la *cultura* y nace del 'actor' social en su proceso de interacción con otros actores sociales, en el escenario de la vida cotidiana. Para cada uno de los escenarios que la componen, él desarrolla diferentes roles. Según Parson, este actor puede ser un individuo o un colectivo que incorpora diferentes roles en función de los variados agentes de socialización, siendo la *fiesta* uno de los más efectivos y el espacio por antonomasia de la invención de uno mismo. La esencia espectacular de la *acción*, a la que nos remontamos anteriormente, se funda en la existencia de los varios escenarios y papeles que el individuo (o los grupos) 'representan' en la interacción social. Destacamos la función de la cultura como *estructura* reguladora de la conducta social y en la interpretación de sus significados, así como su influencia sobre la construcción de la subjetividad. Schütz, tal cual Parsons, trascendiendo la perspectiva egológica, concibe el concepto de *acción* en un contexto colectivo, como una conducta intencional programada por el agente, que tiene como su escenario y objeto, el *mundo de la vida cotidiana* – 'territorio' *intersubjetivo*, donde los individuos adquieren experiencias y las intercambian con los demás, allí presentes. Siendo así, sólo una parcela de esta experiencia es subjetiva, porque en su mayor parte es transmitida socialmente. Tal postura nos permite mostrar la viabilidad de interacción de las subjetividades traducidas aquí en cada creador de la estética vestimentar de calle con su entorno urbano y comulgar de la noción 'social' (en vez de individual) explícita en el concepto de *acción* defendido por ambos autores. Haciendo hincapié, la investigadora Marta Rizo expone en su artículo "La intersubjetividad como eje conceptual para pensar la relación entre comunicación, subjetividad y ciudad", que "todas las acciones sociales conllevan comunicación, y toda comunicación se basa necesariamente en actos ejecutivos para comunicarse con otros; por lo tanto, los sujetos deben llevar a cabo actos manifiestos en el mundo externo que se supongan interpretados por los otros como signos de lo que quieren transmitir". Respalda en Schütz y en sus seguidores Berger y Luckmann, ratifica lo antedicho sobre *el significado que tienen las acciones en el mundo cotidiano*, noción igualmente compartida por Leandro C. Oltamari* y desarrollada a partir de nuestra hipótesis de que el vestido es un agente socializador eficaz. La contribución de Schütz en la validación de esta hipótesis se debe, esencialmente, a su comprensión de *intencionalidad* en las acciones cotidianas (Husserl) a la que están interrelacionados otros conceptos igualmente relevantes a esta tarea, como *biografía*, *sociabilidad* e *intersubjetividad*. La *biografía* nos remite a los conceptos de 'individualidad', 'subjetividad', o aún de 'rol social', definidos en este texto, por el atavio o cualquier otra expresión cosmética. La preocupación del individuo por la creación de la propia indumentaria sería considerada, entonces, un caso típico de uso de la imagen personal como un acto dotado de significación cuyo sentido solo se justificaría si es 'comunicado' a los 'otros' y compartido en la vida cotidiana. Percibimos, en este proceso, el poder de la *visión* en la comunicación y su autonomía sobre los demás sentidos (si bien, somos conscientes de la preponderancia de otros sentidos en situaciones muy particulares como en la interacción de deficientes visuales con su entorno familiar y social), o se puede interpretar de manera distinta, afirmando que interactuar y percibir son acciones interdependientes. De todo ello nace el concepto *sociabilidad*. (En la perspectiva fenomenológica husserliana, el enfoque de la *socialidad* como una 'forma superior de subjetividad' implica el desplazamiento de lo subjetivo a lo social.). Y para finalizar, la *intersubjetividad*, que es el mundo constituido por las experiencias comunes, compartido por todos y que posibilita comprender lo que el otro expresa, sea

producción material (con realce para su ornamentación) y ejecución (participación plena o parcial en estas etapas).

En el concepto simmeliano de socialización (causa de la existencia de la sociedad) acogido en esta exposición, las acciones del individuo (célula-base y única realidad concreta de este proceso) y lo que él representa, son de fundamental relevancia en el núcleo de la sociedad. Desde esta perspectiva, el entendimiento de las formas de socialización pasan antes por una contemplación de la *singularidad de los individuos (lato sensu)*. Entendemos que esta condición ha sido aplicada a la apariencia, o sea, a los distintos modos de engalanar verificados en la estética vestimentar de calle y en la cosmética confeccionada por el celebrante para (inter)actuar en ocasiones festivas, como un 'idiolecto' indumentar (cf. Figuras 47 y 48), si bien, en ciertas circunstancias ella le ha facilitado la interacción con su entorno, sin que esta fuera una actitud conscientemente intencional.

El sociólogo francés Maffesoli, en su análisis sobre la preocupación cada vez más progresiva respecto a la apariencia (*lato sensu*, manifiesta no sólo en la cosmética individual, sino que en la publicidad, en los envases, etc.) la concibe en cuanto pieza de 'un vasto juego simbólico que expresa un modo de tocarse, de estar en relación con el otro y de hacer sociedad' (Maffesoli, 1996: 161, adaptado). En su noción de lo estético, antepone la *vida social* como una macro-obra de arte, instruyéndonos con ella sobre la participación de la socialidad en la legitimación de la apariencia (a través de la cosmética), de las expresiones colectivas (de las cuales subrayamos la *fiesta*) y de las múltiples modulaciones de la creatividad presentes en lo cotidiano: 'la *potencia colectiva* crea una obra de arte que es la *vida social* en sus diversas modalidades (eso incluye la *fiesta y todas las modalidades estéticas presentes en lo cotidiano*). Propone con eso que 'a partir de un arte generalizado se puede comprender la estética como facultad del sentir común' (Íd., adaptado) y que la atracción de *sensibilidades* originada de este 'sentir común' (cf. Kant, Schütz) es la razón del surgimiento de nuevas formas de solidaridad. Es la atracción de *sensibilidades* que acentúa el aspecto táctil de la existencia y se traduce en la conjunción de elementos sensoriales: "el *énfasis en la apariencia [...], desarrollo festivo, cosas que sólo se comprenden por la presencia del otro*, en la presencia con el otro" (Íbid.: 34)²⁹². De estas aclaraciones resaltamos la colaboración popular en la

verbalmente o no. Es donde las experiencias subjetivas (biográficas) ganan sentido, por eso la importancia en comprender las personas dentro de su universo social, defendida por Schütz. (*Cf. en la parte introductoria del artículo de CASTRO OLTARMARI, Leandro. Contribuciones de la Fenomenología de Alfred Schütz para las pesquisas sobre el SIDA: consideraciones epistemológicas y metodológicas. *Interthesis. Revista Internacional Interdisciplinar*. v. 2, n° 2. Florianópolis: jul-dic de 2005. Disponible en la web: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/view/726/576>> [Acceso en: 07 mayo 2006]

²⁹² En ambas citas, los subrayados son nuestros.

producción de una estética cotidiana que abarca, además de las expresiones aisladas, individuales, aquellas que a ejemplo de las *fiestas*, han nacido de la historia, tradiciones y cultura de una nación o de un lugar específico.

Inspirado en el énfasis durkheimniano sobre 'comunidad' (o 'colectividad') como base de la religión (*re-ligare*) y como vía de acceso a la comprensión del hecho social, Maffesoli busca explicar esta lógica de la "atracción social" – una expresión matizada en su obra a través de los términos 'solidaridad', 'tactilidad' –, refiriéndose a las variadas maneras de agregación social, entre las cuales, la que promueve la aproximación de celebrantes en una *fiesta*.

Al observar *el valor estético de la vida social*, tal fue expuesto antes ("la vida social, es una obra de arte, en su totalidad"), él trata de comprenderla como un *proceso de masas*, pues así como este, dicha estética ya no se remite a la cuestión del gusto, sino a su forma más pura expresada en la manera *cómo se vive y se traduce la sensación colectiva*. ¿Y qué otra manifestación estética masiva, de fácil consumo y tan presente en la vida mundana, sería más ilustrativa que la *fiesta*? ¿Y qué otro evento más oportuno para el desahogo de la fantasía, de la revelación plena de lo 'dionisiaco', sino *ella misma*? En el *Dois de julho* se revalida la tesis desarrollada por Nietzsche en su texto *La visión dionisiaca del mundo* (cf. *El nacimiento de la tragedia*, primera parte) sobre la sempiterna coexistencia de las antítesis estilísticas – *Apolo* y *Dioniso*, en las manifestaciones artísticas. La preponderancia de una de ellas es lo que define el carácter del evento, apuestan los que como él, han analizado el tema. El ejemplo de esta 'cohabitación' de opuestos se observa en el *Dois de julho*: allí están lo sagrado y lo profano, la *estructura* y la *communitas*, lo cívico y lo popular, el sueño y la embriaguez, el *principium individuationis* y a la vez, lo general, lo colectivo. Es, pues, la convivencia de pares antitéticos lo que hace del *Dois de julho* una *fiesta* de identidad singular respecto a otras de semejante género.

Nietzsche destaca en la *fiesta* un aspecto importante para el análisis de la *socialización*, que es la relación *subjetividad* vs. *colectividad*. Se trata del *principium individuationis*, esencia de la *subjetividad* y fundamento de la estética vestimentar (en sus dos vertientes aquí investigadas, la presente en lo cotidiano y la circunstancial, aplicada a eventos puntuales como el *Dois de julho*). Conforme subraya el filósofo, este *principium* se quedaría completamente disuelto en presencia de los estados de *embriaguez* (dionisiaca) y de *sueño* (apolíneo) a que los celebrantes serían susceptibles, en la *fiesta*, resultando una total fusión de la *subjetividad* con la *colectividad*:

“El arte dionisiaco [...] descansa en el juego con la embriaguez, con el éxtasis. Dos *poderes* sobre todo son los *que al ingenuo hombre natural lo elevan hasta el olvido de sí que es propio de la embriaguez, el instinto primaveral y la bebida narcótica*. En ambos estados el *principium individuationis* queda roto, lo *subjetivo desaparece totalmente ante la eruptiva violencia de lo general-humano, más aún, de lo universal-natural*”²⁹³.

En nuestra perspectiva, esta fusión de lo subjetivo no significaría su anulación, sino más bien, una evidencia de que es posible valerse de su potencia socializadora y, al mismo tiempo, preservar esta subjetividad de la aniquilación causada por el efecto 'fusional' de la socialización, en las aglomeraciones festivas.

Por otra parte, el pensamiento simmeliano correspondiente a la potencia socializadora de la apariencia, pone acento sobre las *modalidades sutiles de interacción en la vida cotidiana* y el acaecer social establecido a partir de la *conexión entre forma y contenido*, tanto en los niveles micro (subjetivo) como macro (colectivo), además de subrayar de tales interacciones, su carácter *empírico*, razón de su facticidad y desarrollo: “Hay que examinar las acciones recíprocas particulares, que se ofrecen en masa, a las que no está habituada la mirada teórica, considerándolas como formas constitutivas de la sociedad, como partes de la socialización” (Simmel, 1939: 27). El sociólogo explica que la socialización es un mecanismo natural, promotor de la aproximación entre los miembros de una sociedad, independientemente del contexto en que ellos estén insertados, sea en la vida cotidiana, sea en una ocasión propicia a esta socialización, como sucede en los eventos de gran público a ejemplo de las fiestas. En cualquiera de estos casos, la *individuación* expresada en sus 'acciones particulares' es el agente fundador de socialidad.

La interacción señalada por Simmel como una acción recíproca entre dos o más cosas o personas, es un fenómeno complejo, ingénito a la comunicación humana y del que casi siempre se ignoran los mecanismos propulsores. Psicólogos admiten que la ruptura del primer sustrato de la mente, la mónada (psíquica), es el paso inicial para la socialización. La vivencia de los conceptos alteridad y empatía asimismo son parte de este proceso que tiene su inicio en la niñez y en el ambiente doméstico, enseguida, en la escuela, grupos sociales (de colegas de trabajo, religiosos, políticos, deportivos, culturales, etc.) y en las instituciones (económicas, de gobierno, etc.) con las que el individuo comenzará a relacionarse. La familia, las instituciones, asociaciones, gremios, sea

²⁹³ NIESTZSCHE, Friedrich. La visión dionisiaca del mundo. U – ABC TEORÍA. Disponible en la web: <<http://tijuana-artes.blogspot.com/index.html>> [Acceso en: 09 sept 2006]. (Subrayados nuestros.)

del que tipo fuere, todos son importantes *agentes socializadores* (Talcott Parsons, 1955)²⁹⁴. Pero no son precisamente estas modalidades habituales y consensuadas de socialización consabidas por la mayoría las que hemos buscado destacar, sino las prácticas culturales esporádicas como la fiesta y eventos estéticos regularmente observados en lo cotidiano, a ejemplo de la estética vestimentar de calle, *resaltando* de estas prácticas, *el reconocimiento del otro* en la relación 'identidad/alteridad', *como un ser individualmente diferente, con quien yo interactúo* y a partir del que, construyo mi propia referencia (Schütz). De la *fiesta* buscamos evidenciar, primordialmente, *sus componentes estético-sensoriales* – la música, el baile, la plástica corporal (la cosmética), la decoración, la escenificación –, no necesariamente su leitmotiv central (aunque los componentes susodichos le estén totalmente supeditados), con el propósito de defenderlos como los efectivos promotores de interacción. En la fiesta se coadunan la participación individual (en la creación de los disfraces, de la cosmética de cada celebrante, en su modo de actuar) y conjunta (aquí algunos grupos de individuos comparten una misma coreografía, integran una misma banda musical, cooperan juntos en la ornamentación del evento), o sea, hay una coexistencia entre *subjetividad* y *colectividad*, en toda su elocuencia estética, en el mismo espacio-tiempo escénico de la ocasión.

Por otro lado, si analizáramos la festividad *en términos estructurales, de participación* (no en el sentido definido por Turner²⁹⁵, expuesto anteriormente), nos daríamos cuenta de que ella está

²⁹⁴ Sociólogo estadounidense, Talcott Parsons se ha empeñado en compaginar los análisis de Durkheim y Freud sobre el proceso de *socialización*, mostrando la función preponderante de la familia como agente socializador, no obstante, la escuela y los grupos que nacen de ella o de la vecindad, cumplen igual papel. Cf. PARSONS, Talcott. *Éléments pour une sociologie de l'action*. Paris, Plon: 1955 [citado por Cucho, op. cit.].

²⁹⁵ Sobre el aspecto *estructural* de los rituales brasileños, Da Matta advierte que cualquier intento de clasificación (como por ejemplo, la separación nítida de los papeles sociales, según la formulación de Gluckman, 1962) genera problemáticas. Interpretando a Leach [1961 (1974)], Da Matta comenta que las divisiones (estructura/communitas, formal/informal, sagrado/profano) e integrantes no son mutuamente excluyentes, pero forman parte de un conjunto o configuración y que hay otro conjunto de ritos en la vida social brasileña que presenta estos componentes fundamentales del Carnaval (rito que crea *communitas*) y del Día de la Patria (rito que celebra la *estructura*). El autor lo ilustra observando que a pesar de el Día de la Patria acentuar la *estructura* en su punto central, no elimina la posibilidad de creación de *communitas*. Otro ejemplo de Da Matta son las procesiones, para él igualmente difíciles de conceptualizar, ya que no podrían ser clasificadas ni como sagradas ni como profanas, no formales ni informales. Ellas tampoco estarían engendrando una *communitas* o acentuando una *estructura*, pero tendrían al mismo tiempo todas estas facetas. El *Dois de julho*, así como estos ejemplos expuestos por Da Matta, posee lo que le ha denominado de 'características conciliadoras' y muy semejantes a las de una fiesta religiosa. Con esta, 'el evento' ha precisamente guardado semejanza con el núcleo formado por celebrantes que llevan las imágenes de los caboclos y que reúne componentes de la jerarquización de la parada militar en su centro y los elementos de la reunión polisémica en su conjunto. En el *Dois de julho*, la fiesta está compuesta de segmentos heteróclitos, todavía ordenados: carroza de los caboclos, vaqueros, bandas de fanfarrias y de populares, baianas, autoridades locales, siendo que estas últimas se mezclan con el pueblo, al contrario de lo que se suele pasar en las paradas militares, donde normalmente ocupan una tribuna, destacándose del conjunto. A ejemplo de lo que exponía Da Matta sobre el purismo de las tipificaciones de los eventos, en el *Dois de julho* esa depuración no existe, tampoco hay elementos fijos, todos ellos son móviles. Aún con respecto a la cuestión definitoria del evento, el autor comenta que la manera de solucionar esta problemática de las dicotomizaciones antropológicas (o como expusimos, 'el purismo de las tipificaciones') "es asumir la posición de que cada uno de ellos expresa una forma diferente de percibir, interpretar y representar aquello que se desea 'construir' como la 'realidad' social brasileña". Y añade: "el Día de la Patria, el Carnaval y las fiestas religiosas son discursos diversos a respecto de una misma realidad, cada cual destacando

compuesta por un agregado de *unidades subjetivas* (los *participes*), que forman un conjunto coherente, armónico. Teniendo en cuenta este dato, proponemos una aclaración sobre la *subjetividad*, base esencial de la interactividad y piedra fundamental de construcción de la realidad social. Por *ella* se comprendería todo lo exclusivo e inmanente al sujeto, porque integra el dominio de sus actividades psíquicas, sentimentales, emocionales, volitivas, que en otras palabras significa una conciencia, una perspectiva particular del mundo socialmente compartida en la vida cotidiana. A partir de esta noción, se concebiría por *intersubjetividad* (o interacción) aquellos 'fenómenos individuales y subjetivos que son socialmente producidos a través del conocimiento que compartimos con los demás en el mundo de la vida (Schütz) y del autorreconocimiento de cada sujeto en cada uno de los otros, como ocurre, por ejemplo, en la creación de identidades culturales'²⁹⁶. Su complejidad, generada por las circunstancias y el modo con que se despliega en la vida colectiva produciendo distintos y nuevos significados, ha sido el empuje del trabajo sociológico de Beatriz Thorne²⁹⁷, profundizado en la obra de A. Schutz. En ella, el sociólogo destaca nociones sobre *intersubjetividad* y el *mundo de la vida*, ambos interrelacionados y fundamentales al entendimiento del proceso de *socialización*. El significado del primer término para él, sobrepasaría el presumible encuentro de una *identidad* (el ego) con una *alteridad* (el álter ego) y avanzaría en dirección a un intercambio en un contexto más amplio y complejo, que es *el mundo de la vida cotidiana*. Es en este *mundo intersubjetivo*, constituido por las experiencias comunes e intercambiables de sus integrantes, en el que la comunicación entre ellos se vuelve una acción viable.

Apoyado en la observación de Schütz acerca del valor de la *comprensión* de las experiencias subjetivas *dentro del ambiente social donde ellas son producidas*, el investigador Leandro C. Oltarmari nos remite a una cuestión fundamental en la decodificación de los actos y fenómenos ocurridos en la *vida cotidiana* y en circunstancias puntuales de esta vida, como la que estamos tratando: la fiesta. Él sostiene que la vivencia de un determinado hecho o fenómeno por parte del estudioso, le brinda una mejor condición para su análisis y efectiva aprehensión:

ciertos aspectos críticos, esenciales, de esa realidad – de acuerdo con una perspectiva de dentro de esa realidad. Reconocemos en su análisis, la complejidad del *Dois de julho*, a la que ponemos en evidencia de modo descriptivo, a través del registro de sus aspectos simbólicos más expresivos.

²⁹⁶ Adaptado de BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit. y de RIZO GARCÍA, Martha (2005), "La Intersubjetividad como Eje Conceptual para pensar la Relación entre Comunicación, Subjetividad y Ciudad", en *Razón y palabra*, n. 47, oct-nov 2005. Disponible en la web: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n47/mrizo.html#au>> [Acceso en: 21 ago 2006].

²⁹⁷ Cf. THORNE CIPRIANE, B. Acción Social y Mundo de la Vida. Un estudio de Schütz y Weber. EUNSA, Pamplona: 1991 [citada por Da Matta, op. cit.].

"[...] el análisis del fenómeno, o del sujeto analizado, sólo puede acontecer porque el investigador comparte el mismo mundo que el sujeto a quien investiga. Por eso, podemos encontrar respuestas si procuramos los motivos por los cuales realizaron tal acción. Las acciones humanas sólo son comprensibles si les encontramos motivaciones. La investigación debe procurar contestar cuáles fueron los "motivos" que llevaron a los sujetos a practicar tal acción. Para Schütz (1979) ésta es una busca comprensiva".

Oltarmari pone en evidencia, antes de cualquier reflexión, su posicionamiento respecto a la metodología que debe ser adoptada por el estudioso en su trabajo de investigación. Su argumento nos lleva a creer en la mayor credibilidad (y ahí ponemos interrogantes) de una vivencia del fenómeno, que de una observación sin una participación directa, emocional. En el primer caso, la legitimidad del aprendizaje que se puede extraer, es más representativa que un aval fundado tan sólo en hipótesis o 'subjetivismos'. Recordamos, en este caso, nuestra implicación con los agentes de la estética vestimentar de calle y con los celebrantes de la *fiesta del Dois de julho*, así como con los contextos en que ellos se han producido (y todavía se producen) y el testimonio de que esta experiencia fue capital para la aprehensión de ambos fenómenos. Aún movido por el pensamiento schütziano, el autor realza el valor de la comprensión de las acciones humanas (que asimismo pueden ser divisadas como un 'fenómeno' a ser examinado, como hemos destacado anteriormente), abriéndonos un espacio para debatir sobre el significado de las manifestaciones *vestimentares*, sean ellas expresadas tanto por estas vestimentas, como por la *indumentaria de la fiesta* en cuestión. En otros términos, lo que es valido destacar de esta postura schütziana, es su utilidad como instrumental básico de análisis de la obra estética. Entendemos, además, que la comprensión de una obra debe ser proporcionada por medio de su experiencia fenomenológica, tal cual él defiende. La pluralidad de interpretaciones que se extrae de esta 'forma' de vivencia, produce las diferencias entre los individuos y es el alimento de su diálogo. En este caso, el punto de vista de Schütz se armoniza con el principio fundamental del Arte (en nuestra opinión), que es *comunicar, expresar ideas y sentimientos*.

Tomemos este razonamiento como eslabón para unirlo al que creemos ser asimismo uno de los propósitos del Arte (o que al menos debería ser), que es fomentar el debate a partir de los diferentes puntos de vista que ella nos proporciona y con él *buscar nuevas conductas y alternativas que promuevan el buen desarrollo de la vida personal y colectiva*.

Proseguimos con esa línea de argumentación, subrayando como una de nuestras hipótesis

la participación de la cultura en el proceso de intercambio²⁹⁸ que se verifica entre los agentes de la estética vestimentar (de la fiesta) con el público (los celebrantes). Fundamentados en la noción de cultura descrita por Sapir como 'un sistema compuesto por significaciones que son comunicadas, o intercambiadas por los individuos de un mismo grupo social' y, a la vez, respaldados en nuestras observaciones sobre lo cotidiano y los relatos de los creadores de la estética vestimentar –, la hemos reputado (a la cultura) la modelación de nuestro *ethos*²⁹⁹, del que la *manera de vestir* y la desenvoltura natural para la interacción de aquellos creadores con el público son algunas de sus manifestaciones. Algo semejante sobre la apariencia en cuanto representación de la cultura es indicado por Maffesoli en una aseveración en la que revela que, “por detrás de cada una de las diversas situaciones sociales referentes a las *maneras de vestir* (el travestismo, el *disfráz*, la moda, la atención al adorno) o desvestir el cuerpo, se encuentra una figura arquetípica representando una *imagen* o una *fuerza colectiva*”³⁰⁰. El autor nos hace reflexionar respecto de la diferencia entre lo que son *las modulaciones individuales del cuerpo* (que es otra manera de hablar de la autenticidad en el vestir y de la autonomía sobre la invención de la propia apariencia) y *el empuje de la colectividad* sobre estas modulaciones. Este paréntesis es extremadamente oportuno en un momento en que se discurre sobre un acontecimiento colectivo como la fiesta y, en el caso de un festejo que es una auténtica expresión de la cultura baiana, como el *Dois de julho*.

En esta reflexión sobre apariencia, Maffesoli nos conduce, aunque de una forma tangencial, al *mundo intersubjetivo de la cultura*, de Schütz, destacándole el lenguaje 'común' con el que los individuos se comunican entre sí y la *herencia social* que se verifica en esta comunicación transmitidas por sus antepasados, por medio de significaciones, sentimientos y tipificaciones de conducta. Schütz explica su alusión 'al mundo de la cultura', aclarando que “desde el comienzo, (es) el mundo de la vida, un *universo de significación para nosotros*, una estructura de sentido (*Sinnzusammenhang*) que debemos interpretar, y de interrelaciones de sentido que instituímos mediante nuestra acción en el mundo de la vida. Es también un mundo de cultura porque somos siempre conscientes de su historicidad, a que reconocemos en la tradición y los hábitos y es susceptible de ser examinada porque lo “ya dado” se refiere a la propia actividad de otros de la cual es el sedimento”³⁰¹. Asimismo Salvador Giner ha establecido un vínculo entre *cultura y socialización*,

²⁹⁸ En el texto, se verifica a menudo, la alternancia de términos entre los cuales juzgamos haber estrecha correlación, como *intersubjetividad*, *intercambio*, *socialización* e (inter)comunicación.

²⁹⁹ Cf. con el concepto de *ethos* de Geertz citado en este texto, en la n. de pie n° 271.

³⁰⁰ Maffesoli, op. cit., 1996, p.172, adaptado.

³⁰¹ Cf. en AZCONA, Jesús. *Para comprender la antropología*. Verbo Divino, Estella: 1991, p. 47. (Adaptado)

declarando que este proceso se cumple cuando el individuo es absorbido por la cultura de su sociedad. Es como decir que él se ha ajustado al orden social en que ha vivido, interiorizado, traspasado y compartido con otros miembros del mismo grupo, los valores y tradiciones que constituyen su cultura.

Schütz retoma la cuestión de la importancia del significado de las acciones en la intersubjetividad, o sea, cada actitud individual tiene un sentido y éste debe ser interpretado para que pueda haber *comunicación*. Al que indica, la acción mediadora de la cultura a través de la historia, de la tradición y de los hábitos, es esencial en la producción y decodificación de los significados que menciona. Él pone énfasis, a la vez, sobre la importancia de la herencia cultural como factor de socialización y de entendimiento entre los individuos. Giner recupera algo de Schütz sobre estos últimos aspectos mencionados y delega a la cultura una función determinante en el proceso de socialización.

Antes de proseguir con este debate, proponemos abrir un espacio para abrigar la diferenciación que Tejedor (1987) hace entre *socialización* y *sociabilidad*. Sobre el primero, explica que es “el proceso por el cual el individuo absorbe la cultura, se integra en la sociedad y conquista su propia personalidad”, advirtiendo para que no se le confunda con el segundo, que “designa la inclinación y necesidad del hombre de asociarse con otros y que sería la base psicológica del hecho de que el hombre viva en sociedad. La socialización supone la interiorización de los contenidos culturales de la sociedad en que nace y vive. Por ello, supone también la adaptación a la sociedad y a la cultura”³⁰², con lo cual se concluye que ambos – *socialización* y *sociabilidad* – son procesos que, de un modo general, se desarrollan en cualquier tipo de *celebración*.

A partir de estas aclaraciones y de las exposiciones de ambos autores (Schütz y Giner) nos ocurre indagar sobre cuáles de los aspectos de la *fiesta* y de la *forma de vestirse* y de *confraternizarse* de sus celebrantes verificados allí, nos llevaría a establecer una conexión con lo que se asiste en el *Dois de julho*. Con el fin de contestarlo de modo satisfactorio, hemos acogido una ampliación del concepto de fiesta, concibiéndola como 'un contexto, un ambiente, un fenómeno cultural global no reducible a ritual o ceremonia, ni tampoco a una actitud, que integra parte de las tradiciones de una *cultura* y a partir de ella *crea* y *perpetúa*, respectivamente, *símbolos* y *signos*³⁰³.

³⁰² TEJEDOR CAMPOMANES, César. *Introducción a la filosofía*. Ed. SM, Madrid: 1987. p. 187.

³⁰³ VELASCO, H. M. (org.). *Tiempo de fiesta*. Tres-catorce-dieciséte, Madrid: 1982. (Adaptado.). Los *signos* son naturalmente aprehendidos por sus habitantes, por tratarse de elementos *representativos* de la historia de una nación o lugar a que ellos, como efectivos guardianes de sus tradiciones, rememoran anualmente en la *fiesta*. Ahora bien, tratándose del *Dois de julho*, vamos observar en las figuras centrales del *caboclo* y de la *cabocla* (1), en las hojas de palma que adornan su

Observaremos de aquí en adelante, la acción del *símbolo* en la interacción social. Ella vale, en el presente estudio, tanto para las manifestaciones de la estética vestimentar que está presente en lo cotidiano de las calles, como la que es especialmente forjada para una ocasión puntual, a ejemplo de la fiesta del *Dois de julho*.

Tomamos como punto de partida la cita de Schütz, anteriormente registrada, en la que habla de “*universo de significación para nosotros*” para referirse al 'mundo de la cultura', que en nuestro entender es una alusión al *universo simbólico*, componente esencial del 'mundo de la vida' (y en el cual pertenece el *universo de la vida cotidiana*) en cuanto mediador de la comunicación entre individuos que comparten el mismo ambiente social, sea de modo permanente (la vida social, en su día a día) o transitorio (tal suele ser en situaciones ocasionales, como la *fiesta*). De este modo, podemos afirmar, respaldados en su razonamiento respecto al mecanismo de la socialización, que los rasgos simbólicos palmarios en la cosmética de un individuo son fundamentales para su efectivo desarrollo. Schütz nos ayuda a reforzar la idea que venimos reiterando desde el principio (de manera cifrada, en algunas situaciones), de que el *carácter simbólico* de la *apariencia* expresada por una estética indumentar y por las variadas modulaciones de la cosmética personal, juega un papel capital en la intersubjetividad. Tal como hemos planteado en el trascurso de esta exposición, el *universo formal*, que tiene al *Arte* como su máximo representante en su pluralidad de revelaciones, es asimismo el *universo de la expresión* y, por ende, *de la comunicación*.

Amparados por estas reflexiones, sugerimos algunas consideraciones sobre los términos *signo* y *símbolo* y su implicación en la construcción y desarrollo de la fiesta del *Dois de julho*. Sabiéndose de la dicotomía inmanente a cada uno de ellos y habiéndola ubicado en los dúos – signo/uniforme y símbolo/disfraz –, identificados³⁰⁴ por Da Matta en sus ponderaciones con respecto del ritual, hemos desarrollado un análisis semejante de la estética vestimentar del *Dois de julho*.

Cuando habla de ritual, el autor se refiere específicamente al de la vida rutinaria y apunta lo cotidiano como matriz inspiradora del arte, estableciendo entre este ritual y el *símbolo*, una

carroza (2), en la bandera brasileña, (3) efectivos guardianes de las tradiciones y en los demás componentes de su conjunto icónico, 'ejemplos de *signos*, cuya característica fundamental es la constancia del nivel de significación que le asigna un carácter convencional e inmutable' (Chevalier, Gheerbrant, 1982). Los *símbolos*, al contrario, (principalmente) representados por los vestidos elaborados para *el evento*, muestran a través de su rasgo innovador, de su trascendencia de lo real que le abre camino a la interpretación subjetiva, porque guarda afinidad con el arte, *aunque* sean inspiraciones basadas en los elementos emblemáticos del *Dois de julho*, incluyéndose entre éstos, sus *signos*. El (1), (2) y (3) representan alegoría, atributo y emblema, respectivamente. Conforme aclara Chevalier, todas las formas de expresión que como éstas contienen imágenes (cf. Introducción, pp. XVI-XVII, op. cit.), poseen en común el hecho de ser *signos* y no sobrepasar el nivel de significación. (Para una concreta concepción de la plasticidad de los elementos primordiales de la fiesta, confiera las ilustraciones pertinentes.)

³⁰⁴ El autor los extrae de dos importantes festejos brasileños: el *Día de la Patria* y el *Carnaval*.

correspondencia en la que muestra que el primero provee al segundo la sustancia primordial para la creación, a través de la descontextualización, lectura o transformación de elementos presentes en lo cotidiano.

Semejante correspondencia con el tema del símbolo sugiere Schütz, en la cita que mencionamos, en la que considera el mundo de la vida un universo constituido de *elementos y acciones simbólicas* dotados de significación, que necesitan ser decodificados por los individuos (en sus intercambios) para adquirir un efectivo sentido. Por esta vía se podría explicar el uso de determinados *signos* y de *acciones simbólicas* verificadas en la fiesta. Asimismo por ello comprenderíamos el significado de ciertas conductas identificadas en las saturnales (y en las fiestas, *lato senso*) y que tomadas como paradigma, justificarían las múltiples y distintas expresiones de la creatividad observadas en la cosmética del *Dois de julho*.

Respecto a las saturnales, Klaus Bringmann³⁰⁵ informa que eran una de las más acaloradas fiestas celebradas en la Antigua Roma, realizada en el inicio de cada año, en honor al dios Saturno y en triunfo a un victorioso general, por eso es también conocida como la *Fiesta del Triunfo*. En esta celebración, la realidad social se involucraba en un juego de inversiones de 'papeles', en que el señor actuaba como esclavo y este, a su vez, como el señor. Y siguiendo esta 'lógica', las prohibiciones pasaban a ser aprobaciones, de la misma forma que las restricciones se volvían lujo o derroche. La fiesta no poseía barreras de ninguna especie, era antes la emergencia de un placentero y jubiloso caos, que es el regreso a los orígenes, al calor bullicioso de la primera vida, del mundo recién creado o manifestado. Este regreso al origen proporcionado por la fiesta era una recuperación de un presunto paraíso inicial, donde los hombres vivían sin separaciones jerárquicas, sin opresión de unos sobre otros. Así es el principio que rige las creaciones vestimentares traducidas en homenajes y burlas por los partícipes de la fiesta del *Dois de julho*, que de modo muy particular, transforman su realidad histórica, explorando del *símbolo* su fuerza, vitalidad y demostrando de él, a la vez, su dinamismo y facetas múltiples. Una de estas facetas que reserva un tenue vínculo con las saturnales, su *función mediadora*, se manifiesta en la manera como el creador "reúne elementos separados, [...] el cielo y la tierra, la materia y el espíritu, la *naturaleza* y la *cultura*, lo *real* y la *fantasía*, el *inconsciente* y la *conciencia*" (Chevalier, Gheerbrant, 1994: XVII). Es dónde el dinamismo del símbolo se hace presente, en el cotejo de disposiciones opuestas y en fuerzas antitéticas reunidas de modo relacional.

³⁰⁵ BRINGMANN, Klaus: "El triunfo del emperador y las Saturnales de los esclavos en Roma", en SCHULTZ, Uwe (dir.). *La fiesta. De las saturnales a Woodstock*. Alianza cien, Madrid: 1994.

Da Matta propone un paralelo semejante, abarcando dos tipos antagónicos de fiesta, el Carnaval y el Día de la Patria (1990: 43-52). En sus análisis de los *disfraces* y de los *uniformes*, concierne a cada una de ellas, él destaca *el influjo de la indumentaria como elemento definidor de dichos festejos*. En el *Dois de julho* sucede que estos dos tipos conviven en el mismo espacio social, reforzando su perfil bífido. El autor subraya, además, la importancia en preservar la coherencia de estos atuendos con los gestos y comportamientos de quien los viste. No menos curiosa es la categorización y confrontación de estos discursos *indumentares* disyuntivos que establece en pares, formados por un primer elemento integrante del mundo real, cotidiano, respectivo al *Día de la Patria* y el otro, del universo imaginario, creativo, referente al *Carnaval*. Así, cada uno de los elementos componentes de estas parejas definidas por él - formal/informal, individual/colectivo, jerarquía/caos -, revela en función de su propio carácter, la influencia sobre el proceso de socialización. Es de suponer que los antagónicos 'formalidad y suntuosidad' son aspectos de la indumentaria que intervienen directamente sobre la *distancia social* y física entre los individuos y decisivas en su interacción. Particularmente sobre uno de estos aspectos, la *formalidad* aplicada al traje militar (asimismo presente en el *Dois de julho*), Da Matta observa que (1) es una conciencia de orden (socialmente) instaurada y que este traje, junto con la toga y otras vestimentas de categoría similar (2) intermedian en la interacción con los individuos y remiten a ciertas posiciones sociales de la estructura social porque son *símbolos del poder* en el orden social, al mismo tiempo en que operan por medio de una *individualización* o de un modo analítico, segregando rígida y nítidamente el papel de otros (desempeñados por una misma persona). Son vestidos, añade, usados en *rituales* y en lo *cotidiano*, siendo que en este último caso, se verifica un cambio de grado, no de calidad entre un tipo y otro³⁰⁶; se observa, además, una conformidad de estos uniformes con la disciplina de esta rutina. Remata él que "los *uniformes* simbolizan identidades sociales concretas, que operan en todos los niveles de la vida social. Un coronel uniformado no deja de ser coronel cuando no está uniformado, tan sólo puede perder o provocar la pérdida de la conciencia de su posición" (1990: 50-51). De este modo, Da Mata ratifica la idea propuesta por Chevalier y Gheerbrant en su diccionario³⁰⁷ (y con la que proseguiremos más adelante), de que el traje, como símbolo, posee una *función socializadora*. Este potencial 'comunicativo', sugieren ellos, adviene de su valor estético.

El contrapunto que proponemos a la *formalidad del traje*, es la *estética indumentar* y la

³⁰⁶ A título de observación, Da Matta comenta sobre la distinción generalizada que se hace entre "caqui o uniforme de gala" y el "uniforme común", destacando del 'caso brasileño', los caquis numerados del 'primero' hasta el 'quinto uniforme', por orden decreciente de importancia formal (Ibid.: 51).

³⁰⁷ La fecha registrada corresponde al copyright de esta publicación.

cosmética ideadas para la fiesta del *Dois de julho*. Subrayamos, en primer lugar, entre los rasgos que se oponen a la austeridad inmanente al civismo (en todo su conjunto) y que ofrecen una noción más palpable de la estética festiva en cuestión – la *subjetividad*, la *autonomía*, la *creatividad* y la *irreverencia*. Son aspectos identificables en los detalles de la cosmética del *Dois de julho* de aquellos participantes que tienen el propósito de incitar al derroche, a la transgresión y evasión del orden establecido. Estas observaciones permiten reconocer una semántica que normalmente se cree 'exclusiva' de lo *sagrado*, pero perceptible en la formalidad aquí expresada por el civismo y que nos lleva a comprender a lo *sagrado* y a lo *formal* como algo inmutable, que inspira veneración y respeto y que además, establece tabúes, límites y encoraja el comedimiento, la aprobación y la obediencia a los preceptos. La lectura de un uniforme militar o de cualquier otro traje de ceremonia nos conduce a una idéntica interpretación de lo que traduce la noción de *sagrado*. En cambio, la cosmética de los partícipes-creadores del *Dois de julho* - o incluso, de los disfraces de *carnaval*, despierta semejante efecto liberador provocado por la presencia o lectura de una *obra estética* (el goce de esa experiencia), a la que los griegos nombraron, *catarsis*. No obstante, esta *purificación*, según ellos, no era una sensación exclusiva del público espectador, sino extendida a los actores del evento que igual la experimentaban en sus actuaciones dramáticas. Este 'doble filo' de la *catarsis*, está sobreentendido en una de las definiciones del DRAE³⁰⁸, que la explica como una “purificación, liberación o transformación interior suscitados por una experiencia vital profunda”. La *fiesta* correspondería a este *ritual* donde los celebrantes se purificarían de la *impureza* de una *cotidianidad* de rígidas y angustiosas reglas. El efecto de la *catarsis* sobre el celebrante, causado por la liberación y purificación de esta rutina que le priva de vivir experiencias vitales profundas, le acarrearía la recuperación de su equilibrio interior. Éste es uno de los beneficios que la *fisiología catártica* (y socializadora) de la fiesta le otorgaría, fisiología ésta originada por el contacto con la obra estética y que se evidencia no sólo en el goce de la experiencia lúdica que ella encarna, sino en cada acción participativa de carácter estético y creador, que se desarrolla desde los contornos iniciales de su 'arquitectura' hasta su consumación.

El entendimiento de lo que es la *catarsis*, todavía, no debe estar ceñido a una sensación pasiva o activa, como acabamos de ilustrar. El significado que la hace anterior a toda y cualquier reacción emocional, reside en su aproximación y afinidad al *arte*. Es tan sólo cuando nos mostramos capaces de establecer esta conexión, que podemos comprender la naturaleza artística de la fiesta.

³⁰⁸ Diccionario de la Real Academia Española.

Hemos acordado que toda celebración profana es potencialmente un espacio de refugio para la fantasía y liberación de lo cotidiano y que tales conquistas son alcanzables por la adopción de una conducta acogedora, comunicativa, en el trato con los partícipes y, de un modo que especialmente nos atañe: *a través de la creación de una cosmética singular*. (La manifestación de esta cosmética e, incluso, de personajes ideados para la ocasión, tornan el festejo en un campo social simbólico y polisémico, permeable a los intercambios.) Vamos encontrar un razonamiento equivalente en la afirmación durkheimniana (1912), de que la apariencia practicada por el celebrante *durante la fiesta* es una transgresión de las normas sociales. Duvignaud (1982) lo ratifica argumentando que la evasión de excesos que sucede *allí*, funciona como una válvula de escape de las tensiones de lo cotidiano, de su tiempo y de sus reglas, por eso la *fiesta* es considerada el espacio apropiado para la fantasía y para la práctica de la creatividad. Siendo *ella* este universo propicio a la facundia del ensueño y de la creación, ingredientes que comparte con una modalidad de *comunicación* que es el *arte*, se supone que tal como *éste*, produce semejantes mecanismos favorables a la interacción. Podemos aseverar que la predisposición a los intercambios que sucede en la fiesta es en parte atribuida a la cosmética, a lo que ella representa como *ampliación de una experiencia de libertad* (idealista, estética), o a lo que ella significa como *vivencia plena de un ethos creativo*. Lo que es patente en este argumento, es que la intersubjetividad no es nada más que el efecto de esta libertad expresado en *el producto estético*, 'captado' e 'intercambiado' entre el que *lo* produce y el que *lo* goza. Es tal como si estos, activo y pasivo, identificasen *por simpatía* el factor responsable de su acercamiento.

Enseguida, mencionamos la correspondencia (curiosa y especial para los *lusohablantes*) que Da Matta introduce entre la creación de una imagen cosmética (no restringida a la indumentaria) y el vocablo *fantasía* (*disfraz*, en castellano): "(...) la *fantasía* opera sintéticamente por medio de una unión (*al contrario del uniforme*, que lo hace por *individualización*, cf. p. 186), sumando un papel imaginario (expresado en la *fantasía*) con los papeles 'reales' que la persona *fantasiada* (disfrazada) desempeña en el mundo cotidiano. Las *fantasías* tienen así, un sentido metafórico, ya que operan la conjunción de dominios, mientras que, los caquis (y otros atuendos igualmente sobrios) tienen un sentido metonímico de continuidad, una vez que quien no es general no usa caqui de general"³⁰⁹ (Id.: 50). El autor explica el tropo afirmando que la vestimenta presenta y soluciona, a la vez, el problema de coherencia de *contenido* (la persona uniformada y su posición en el mundo cotidiano) y el

³⁰⁹ Hemos insistido en destacar la palabra *fantasía* y su cognada *fantasiada*, con el propósito de llamar la atención en su uso en el portugués y en el especial sentido que ellas asumen en este texto.

continente (el caqui como señal exterior de su posición en el momento ritual).

En sus discursos sobre *formalidad e informalidad* en el vestir, queda clara la función de la primera en igualar y corporificar, en contrapunto al destino de la segunda, en distinguir y exponerse, puesto que cada uno es libre para elegir el disfraz o la manera inventiva de ataviarse. Otro aspecto prominente de la forma protocolar de engalanarse, es que ella exterioriza una condición ingénita a su portador, que implica el resguardo de su posición social, independiente de uso. En la segunda categoría mencionada (la informalidad), los *personajes* o creadores de la cosmética de fiesta pueden ser comparados a las figuras periféricas del mundo social brasileño presentes en el *carnaval* y que se encuentran, en parte, en las *saturnales*, como verificaremos a continuación. En los análisis de Da Matta, ellos representan el mundo ilícito de lo que está fuera del sistema o en sus intersticios (cf. Da Matta, 1973), y su conjunto revela una de naturaleza heterogénea, a juzgar por la lista de las figuras que cita, entre las cuales están los reyes, duques, príncipes y otros nobles; los fantasmas, calaveras, diablos y otros personajes del mundo de las tinieblas; personas de los confines de un mundo conocido, como los antiguos griegos, chinos, etc.; los ladrones, payasos, prostitutas, marginales, malandrines, presidiarios, *cowboys* y otras figuras liminales³¹⁰ que lo cotidiano sólo revela dolorosamente (Da Matta, 1990: 51).

No podemos decir que se ve en el *Dois de julho* una larga lista de personajes como ésta, pero algunos de ellos pueden sorprendernos en el medio de la multitud. Permitirse el deleite de crear para sí una nueva apariencia o un mundo fantasioso para hacer su personaje habitar, con tal de evadirse de las ataduras de lo cotidiano y exhibirlos para una platea de fiesteros con quien interactúan, junto con el espíritu de civismo, las grandes motivaciones del creador-celebrante. Este principio de solidaridad y de congraciamento por simpatía ahí patente y hechos hincapié por Maffesoli³¹¹, es asimismo invocado por Da Matta en su asociación entre la acción de *brincar*³¹² ('jugar', en castellano), verbo empleado por los brasileños para referirse a su forma de participación en la fiesta de Carnaval y el vocablo *brinco* ('arete', en castellano). Él llega a esta vinculación a partir de la idea de que 'brincar' es, *ipsis literis*, 'ponerse brincos' (aretes), es decir, unirse, romper las fronteras que

³¹⁰ *Liminaridad*, según Turner (en quien Da Matta se ha inspirado), es un concepto vinculado al de *communitas* y aplicado por él en distintos contextos en que se observa camaradería o rituales comunitarios (en los que estén implicados, como mínimo, dos individuos). En el contexto en cuestión, hemos empleado el sentido de 'marginalidad' entre algunos a los que él atribuye a aquella palabra. Recordamos, asimismo, que la noción de *communitas*, desarrollada por este mismo autor, está asociada a la ausencia de estructura social y a ésta, todos aquellos estados y personas *marginales*.

³¹¹ Op. cit., 1996, pp. 25; 49-50; 120.

³¹² La observación de Da Matta es atestiguada en el diccionario Priberam, que registra para el verbo 'brincar', la etimología latina *vinculu*, que significa 'lazo'. Los diccionarios Novo Aurélio Século XXI (op. cit.) y el Priberam (en línea), citan para este vocablo, los sentidos, *adornar* (en exceso), *ataviar y ornamentar*.

individualizan y compartimentan grupos, categorías y personas, remata (Ídem: 51-52). El sentido de simpatía (cf. nota de pie n. 223) proviene de este mismo razonamiento y puede ser verificado en las relaciones instauradas en la *fiesta*, donde (según sugiere) el entendimiento mutuo solo es viable con la intermisión de las normas asignadas por la vida cotidiana. Como lo sagrado y lo profano están en constante convivencia (Caillouis), sobre todo en los eventos públicos realizados en espacios abiertos, percibiremos ahí que el sentido lúdico de las acciones de adornarse e inventarse 'papeles' que el verbo *brincar* traduce, no se restringe solamente a la celebración del *Dois de julho*, sino que puede asimismo aplicarse a la estética indumentar de calle. Al citar anteriormente la colaboración de Chevalier y Gheerbrant en sus investigaciones sobre la presencia del símbolo en la vida ordinaria, buscamos resaltar la vinculación que se divisa entre el papel socializador de la estética indumentar (y de la cosmética) y su carácter simbólico. Esta asociación es explícita en su acotación sobre *el valor universal del símbolo*, en la que pone de relieve la trascendencia de sus fronteras territoriales y culturales para tornarse 'asequible a todo ser humano' y reconocible como producto estético, en cualquier parte del planeta. Entendemos, entonces que la estética vestimentar del *Dois de julho* (y su expresión cotidiana), posee un amplio alcance porque es un producto Estético de valor simbólico. Esto justificaría, en parte, su estudio como un producto cuyo análisis y comprensión sobrepasan los límites culturales. Aquí se observa claramente la influencia del 'inconsciente colectivo' junguiano, en la 'noción común' de lo que es la obra estética (cf. el sentido de *aísthesis*, el 'sentir común'), sobre esta perspectiva del símbolo instituida por ambos autores. Ellos ponen de relieve, en esta función universal, (1) *la aportación étnica y personal en el enriquecimiento de un determinado símbolo*, visto que cada individuo lo verá y lo interpretará de acuerdo con su cultura y con su universo subjetivo, bien como (2) *la adquisición de una sensibilidad capaz de proveernos la lucidez necesaria para la profunda comprensión de las diferencias*, que en otras palabras quiere decir, lograr 'el entendimiento del otro' por empatía, añadiríamos. Chevalier y Gheerbrant observan que es en este contexto donde se debe comprender que la calidad *afectiva* del símbolo sobrepasa a su tarea de 'comunicador del conocimiento' y nos propone una ilación entre arte, estética y afectividad, igualmente defendida por nosotros e inspirados por Maffesoli desde el principio de este discurso: "Por esta razón el símbolo es el más eficaz instrumento de comprensión interpersonal, intergrupar, internacional [...]. La concordancia sobre un *símbolo* es un paso de la más grande importancia en la vía de la *socialización*. En su calidad de universal, él tiene la capacidad simultánea de introducción en el núcleo de lo individual y de lo social. Quien penetra en el sentido de los símbolos de una persona o

de un pueblo conocerá a fondo esa persona o ese pueblo" (Chevalier/Gheerbrant: Id.: XXX)³¹³. Es como decir que el símbolo alberga dentro de sí dos distintas naturalezas: una *local*, que comparten solamente aquellos que la producen (sus creadores) y los que la disfrutan (el público) en el ambiente donde es originado y otra *global*, que es asequible a todo el mundo, como hemos subrayado anteriormente. Es éste el perfil de las 'estéticas vestimentares' que estamos tratando aquí. Su carácter localista no impide que ellas puedan ser asimiladas por un público ajeno, en razón de su *universalidad* en cuanto 'expresión plástica'. Como *agente socializador*, toda producción de esta naturaleza (estética, simbólica), posibilita en menor o mayor grado, el desarrollo de la creatividad, de la percepción, del autoconocimiento y de la comprensión de la realidad externa al individuo. Esto le faculta un poder *transformador* que asimismo está presente en los símbolos, capaz de estimular el desarrollo de procesos psíquicos que conduzcan a cambios efectivos, internos y externos, en el ambiente en que se vive. A partir de nuestras ilaciones acerca de la estética y del símbolo como facilitadores del proceso de socialización y de las consideraciones de Schütz, ambas relativas a la *intersubjetividad*, aseguramos que la *comunicación* (verbal y no verbal) producida por el *intercambio* con una alteridad es una *revelación mundana*, fruto de la acción humana y comprendida dentro de lo que representa *el mundo de la vida rutinaria*. Sin embargo, este *mundo* no es un espacio restringido al individuo recluso, sino el *territorio de la intersubjetividad* donde se forman los procesos de socialización entre él y los grupos. Este espacio puede ser la calle, la plaza, en su contexto habitual o en circunstancias extraordinarias como las celebraciones festivas.

La reiterada mención de algunos aspectos de la *socialización*, en este apartado, ha revalidado el compromiso en mostrar el influjo de la apariencia sobre dicho proceso, partiendo de la hipótesis de que el aspecto (o la 'forma') es causa y al mismo tiempo consecuencia de *socialidad*. El enfoque fenomenológico aquí adoptado, nos ha dispensado, a su vez, de la (difícil) labor de investigar los significados de las acciones creativas engendradas por los creadores de las dos estéticas *vestimentares* analizadas, la de la calle y de la fiesta. En nuestra evaluación, esta sería una propuesta para un nuevo estudio que reclamaría la colaboración pluridisciplinar entre Antropología, Psicología, Sociología y Estética.

³¹³ Subrayados nuestros.

Figura 47. Pluralidad de formas y colores en la manera de ataviarse para la fiesta del *Dois de julho*. Llamamos la atención sobre la primera figura en que muestra una reinterpretación del tradicional traje blanco de la baiana, en verde y amarillo.



Figura 48. Otros aspectos de la diversidad cosmética de la fiesta.



7.4. El sentido de la fiesta y del traje bajo la perspectiva de Hélio Oiticica. Consideraciones sobre los *Parangolés*, vestido-acción informal inspirado en la cultura popular.

Cada fiesta con su perfil propio determinado por el motivo de la celebración, es fenómeno tribal, un momento de comunión en que los participantes se tocan, interactúan, establecen lazos que pueden volverse duraderos o diluirse en el instante siguiente, tras su término.

Es propio de la fiesta el cuidado por la *cosmética* personal o colectiva, sea en la elaboración de un peinado o maquillaje especial, en la pintura corporal, en un disfraz o ropa funcional de aspecto extravagante, la apariencia (como sinónimo de la cosmética) es una eficaz estrategia de *comunicación no-verbal*.

La fiesta es un momento de convivencia social en que el cambio de 'máscaras' (léase, 'apariencias'), es una práctica procedente y compatible con el evento, mientras que en circunstancias habituales de convivencia social, tal permuta de identidades (máscara aquí comprendida en el sentido metafórico, de interpretación de distintos papeles) sería encarada como una conducta artificiosa y reprochable. Empero, la 'máscara' a que nos referimos es *verbatim* un elemento concreto usado para crear algún efecto estético, pudiendo ser una cabellera extravagante y colorida, un tatuaje original, la reutilización de ropas pasadas de moda, un maquillaje o una pintura corporal, o cualquier recurso *cosmético* que demuestre el carácter levantisco de su usuario contra el poder establecido³¹⁴. A este respecto, hemos planteado la hipótesis de que en situaciones similares de convivencia, lo extraordinario, lo diferente, es un pivote de socialización, de aproximación entre los celebrantes (Max Scheler habla de simpatía³¹⁵ y Maffesoli, empatía), al contrario de muchos teóricos que atribuyen esta condición al ejercicio de una alteridad fundada en una 'afinidad aparente'. Maffesoli sustenta tesis semejante cuando asevera que 'el cuerpo que se pavonea (el cuerpo 'en espectáculo') es causa y efecto de toda socialidad dinámica³¹⁶, y de lo que muestra la *lógica de la imitación* presente en las tribus urbanas, donde la necesidad de ser reconocido por el otro como semejante hace de esta estética vestimentar un factor de cohesión. Sostenemos aquí una *lógica inversa*, la *de diferenciación*, inmanente a la estética vestimentar de calle y a la 'cosmética de fiesta', que sería la responsable de la colectivización. En otras palabras, la individuación (o distinción) en el

³¹⁴ Maffesoli, op. cit., 1987, pp. 128-129, adaptado. (Subrayados nuestros.)

³¹⁵ [Del griego, *sympátheia*, 'participación en, o sensibilidad al sufrimiento del otro', 'compasión', por el latín, *sympathia*.] S. f. 1. Tendencia o inclinación que aúna dos o más personas; 2. Las relaciones que hay entre personas que instintivamente se sienten atraídas entre sí; 3. Sentimiento caluroso y espontáneo que alguien experimenta en relación a otro; 4. Atracción que una cosa o una idea ejerce sobre alguien. (En BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio, op. cit.)

³¹⁶ Maffesoli, op. cit., 1996, pp. 163, 165, adaptado.

modo de vestir garantiza de igual forma, el intercambio entre los individuos. Tanto en la identificación (tribus urbanas) como en la diferenciación (estética vestimentar de calle), el adorno pone de manifiesto su influencia sobre las distintas 'formas de socialidad'. Es en la ambivalencia entre lo idéntico y lo auténtico, lo desindividualizado y lo singular, en la tendencia a lo tribal y a lo individual, que el adorno muestra su fuerza socializadora. Estamos viviendo un nuevo momento de la historia y de la vida en sociedad infundido por el tribalismo clásico, característico de las agrupaciones sociales arcaicas (en el sentido *temporal*), al que el sociólogo Maffesoli bautizó de 'neotribalismo'. Éste se diferencia del primero por constituirse un nuevo modelo de experiencia colectiva fundada sobre agrupaciones puntuales a las que nombró 'unión en punteados', identificados por la distinción (en vez de la unión generada por la semejanza immanente a las sociedades tribales) patente en la apariencia y, sobre una estética instauradora de eslabones afectivos que aseguran la pervivencia de lo que es vivido en comunión. En otros términos, el trazo definitorio de este nuevo tribalismo sería la multiplicación y consolidación de la identidad personal consabida por las crecientes modulaciones indumentares de calle, de la actualidad, al contrario de lo que reza el principio de atracción que rige las pandillas urbanas y sobre el que se sostiene la semejanza exterior como condición de sociabilidad. Es importante destacar como fruto de la experiencia proxémica promovida por la imagen personal, el juego implícito identidad-alteridad y viceversa, en el desarrollo de socialidad. Este *fluxus continuum* entre el 'yo' y el 'otro'³¹⁷ es el impulso vital de nuestras reflexiones sobre la conducta individual y social, aprisionamiento de los hábitos y patrones cristalizados de comportamiento, cuyos efectos sobre la convivencia se evidencian en la falta de interacción entre los individuos, en la intolerancia a lo nuevo y a las diferencias (en lo que concierne a las relaciones interpersonales), en la indiferencia al pormenor, a las acciones y fenómenos cotidianos (estéticos o no, grandiosos o poco significativos) que enriquecen la existencia. En este contexto, la *fiesta* se presenta como una oportunidad de transubstanciación de los vicios adquiridos en la rutina, en desenvoltura y predisposición a lo sorpresivo, a la comunicación, al contacto con lo ajeno. Y todo este legado que viene esencialmente de su estructura informal y de su conjunto estético, puede y debe ser aplicado en el reciclaje de conductas maquinales, en la vida cotidiana.

Estas asimismo son expectativas del "programa ambiental" de Hélio Oiticica, nombrado por él *Parangolés* y que consiste, objetivamente, en capas de color (amarillo, naranja, rojo, etc.) vestidas

³¹⁷ La identidad-yo (o el individuo) es una identidad autónoma, es lo que marca la diferencia entre los individuos. La identidad-nosotros es lo que ellos poseen en común y que sólo puede definirse en esta relación de alteridad. (ELIAS, Norberto, op. cit., 1994, p. 130).

para ser bailadas (Figura 49).

Inspirado en la samba, ritmo y baile popular de origen baiano, los *Parangolés* son definidos por el artista como “manifestaciones del color en el espacio ambiental”. El color, en este caso, asume un carácter literal de vivencia, espacialidad, reuniendo las sensaciones visual, táctil, sinestésica y rítmica. Como obra ambiental supeditada a la música, expresión artística de carácter *temporal*, ella es igualmente efímera y sólo se realiza por la participación corporal directa: la estructura (el cuerpo) depende de la acción (bailar). Además de revestir el cuerpo, el *Parangolé* pide que este se mueva, que baile.

En su obra, hay otros trazos comunes a la fiesta y que le son inmanentes, pues “todo es vivencia, desde el hecho de vestir que se contrapone al de asistir donde el núcleo estructural de la obra es el cuerpo, centro motor simbólico, hasta bailar”.

Las condiciones esenciales a la vivencia plena de los *Parangolés* se basan en el *descondicionamiento de comportamientos repetitivos, en la inmersión en sí mismo, en la amplitud perceptiva, proporcionados por las vivencias sensoriales* - todas ellas consonante al sentido fundamental de la fiesta. La participación del individuo disfrazado en las celebraciones le conduce a un plan subjetivo-vivencial, mientras que la presencia lo pone en el plano espacio-temporal objetivo de la obra. Experiencia inequívocamente idéntica proporciona los *Parangolés*, razón por qué son considerados un sistema ambiental de presencia y vivencia. Tal y como comentamos sobre el vestido de baile, ellos *sólo asumen su verdadera identidad en cuanto obra-acción cuando son puestos en movimiento, animados por un cuerpo*.

Las similitudes que rastreamos entre la obra de Oiticica y las expresiones vestimentares ideadas para las celebraciones populares, tienen su origen en el baile y en la fiesta, dos términos indisolubles. La fiesta, el espacio por excelencia de la danza y ésta, una invitación a la liberación del cuerpo, al despojo de los movimientos aprendidos *a cambio* del ejercicio pleno de la libertad de expresión. A partir de ello, la idea de partir de un baile de inspiración popular surgió de la necesidad de promover la desintelectualización y de desarrollar la libre expresión del partícipe. Este baile que él propone es una búsqueda del arte expresivo, de lo dionisiaco que nace del ritmo interior del colectivo (carnaval)³¹⁸ y que se exterioriza como característica de los grupos populares” (Oiticica, 1986: 73).

³¹⁸ “Fiesta popular que precede a la Cuaresma y se celebra en los países de tradición cristiana. La palabra procede probablemente del término latino medieval *carnelevarium*, ‘quitar la carne’, aludiendo a la prohibición de comer carne durante los cuarenta días cuaresmales. Por lo general, se celebra durante los tres días llamados carnestolendas, que preceden al “Miércoles de ceniza”, comienzo de la Cuaresma en el calendario cristiano. [...] Bailes de disfraces, comparsas, desfiles de vistosos carros por las calles, desfiles de máscaras y banquetes caracterizan normalmente estas fiestas. El carnaval tiene

Vamos localizar en la obra *Parangolés*, como reedición de la fiesta popular, rasgos de socialidad, de despojo, de interactividad e irreverencia, que son características propias de la estructura del evento. Para construir este programa ambiental, Oiticica se ha fijado en algunos elementos de la fiesta, que trasplantados a la vida social, traerían beneficios tanto en el nivel subjetivo como colectivo. Al solicitar del participante que mueva su cuerpo para que el *Parangolé* 'gane vida', Oiticica ha provocado una reflexión sobre la importancia de las acciones individuales en la orquestación del conjunto social. Así, partiendo de una correspondencia entre la samba y la sociedad y de una perspectiva organicista, el individuo (o el bailarín) se compararía a una de las células que integran el complejo orgánico simbolizado por el cuerpo social. Aunque el artista no hubiera declarado o partido conscientemente de este modelo orgánico, ha recurrido a la samba como factor de cohesión social. Ella que es quizá la más auténtica expresión musical de la creatividad popular brasileña y ha sufrido modulaciones con el transcurso del tiempo, al punto de penetrar en los diversos estamentos sociales. Esta diseminación de la samba *tal vez* explique el motivo por qué Oiticica la eligió como un patrimonio común, o una alianza que conecta a los miembros de la sociedad brasileña. La samba, representando aquí la estética (*aísthesis*, la facultad del sentir común), sería el sustrato de las experiencias intercambiadas por los participantes o bailarines, una gran 'orquesta social' de la cual cada 'músico' (partícipe) es una pieza fundamental. Oiticica aprende de su experiencia con la danza la idea de creación por el acto corporal y su continua transformabilidad. Ha captado de su movimiento, el 'estar' de las cosas, "[...] la impresión estática de los objetos, su emanación expresiva, que es [...] el gesto de la emanación del acto corporal expresivo, que se transforma sin cesar" (Oiticica, 1986:75). Así, la típica coreografía organizada cede paso a la improvisación, para que ocurra una inmersión total en el ritmo, una identificación de los gestos y del acto con la música, en una fluidez donde "el intelecto se queda oscurecido por una fuerza mítica interna, individual y colectiva" (Ibíd.: 73).

La percepción creativa, uno de los objetivos que Oiticica pretende alcanzar con su obra, sólo se efectúa, según él, en una relación espacio-temporal-subjetiva-vivencial, que en otras palabras es la interpretación subjetiva de las referencias ambientales externas (el dato fenoménico) e

posiblemente su origen en fiestas paganas, como las del buey Apis e Isis en Egipto, las bacanales griegas y romanas en honor de Baco, las lupercales y saturnales romanas o las fiestas celtas del muérdago. Esta fiesta renació durante la edad media, al tiempo que se afirmaba la dureza cuaresmal (ayuno y abstinencia). Alcanzó después su máximo valor artístico en Venecia, presidida por el dux y el Senado, y en los bailes de máscaras (como el de la Ópera de París a partir de 1715). Ahora tiene su mayor expresión popular y turística en el Carnaval de Río de Janeiro, Nueva Orleans, Niza y Santa Cruz de Tenerife. Las máscaras (o el antifaz) es quizá el vestigio de las fiestas de Baco y Cibeles". ("Carnaval", Enciclopedia Microsoft Encarta 98. © 1993-1997, Microsoft Corporation.)

internas, hecha a partir del conjunto sensorial de la fiesta o de la vivencia del *Parangolé* en su totalidad. Experiencia asimismo compartida por quien 'vive' las expresiones vestimentares.

Sin el sometimiento a reglas o instrucciones, el participante de la obra *Parangolé* o el celebrante disfrazado de la fiesta, actúan 'intuidos' por un experimentalismo que es la clave de las experiencias sensoriales sinestésicas y semánticas, garantizadas por la interactividad con estos indumentos y con el entorno festivo donde ellos se manifiestan. Estas 'proposiciones' (de carácter sensorial, sinestésico y semántico) son el camino hacia lo suprasensorial (Oitica) por medio del cual se llega a un estado de introspección, de autoconocimiento, con el fin de conducir al individuo a una toma de conciencia frente a problemas de carácter ético, social y político.

La obra de arte total *Parangolé*, culmen del proyecto de arte ambiental del artista, reúne dos formas de actuación que vienen del 'espectador' y del 'partícipe' y a través de esta experiencia, les proporciona el ejercicio de la simultaneidad de percepciones (sinestesia), al mismo tiempo que se afana por conducir el participante por la vía perceptiva háptica (cinestésica) al estado de suprasensación tan anhelado por el artista.

Ánimo idéntico prueba lo que vive intensamente el sentido de la fiesta. Lo que encarna un rol individual o comparte experiencias con la colectividad, se retroalimenta, se renueva y se transforma. La fiesta actúa sobre el partícipe de modo tan placentero y profundo que lo motiva a involucrarse continuamente en las celebraciones para revivir estas sensaciones. El celebrante, influenciado por todo su entorno – las personas, la música, el baile, el efecto psicológico de la escenificación –, 'encarna' en este momento el carácter de la efeméride y lo transpone al traje, formando con él un dueto indisoluble e imprescindible para el evento.

Éstos son los aspectos más significativos de la fiesta, cuyo análisis de sus expresiones *vestimentares* se construye a partir de su contexto histórico, cultural y simbólico.

Figura 49. Parangolés, capas de color-acción-movimiento vestidas para ser bailadas, en los moldes fenomenológicos de vivencia (a través del vestir), presencia y comprensión del tiempo. Ejemplares distintos de 'ellos', hechos con telas de variados colores, texturas y con cojines.



Capítulo 8

Capítulo 8:

La estética cotidiana, un producto de la Postmodernidad. La resonancia del concepto no retiniano (Duchamp) en el planteamiento de la estética vestimentar.

Palabras clave: MODERNIDAD, POSTMODERNIDAD, ARTE AURÁTICO, ARTE INTERACTIVO, ARTE-VIDA, CUERPO-SOPORTE.

El lector ideal³¹⁹

El lector ideal para el cronista sería aquél a quien bastase una frase.

¿Una frase? ¿Qué digo? ¡Una palabra!

El cronista elegiría la palabra del día: "Árbol", por ejemplo, o "Niña".

Escribiría esta palabra en el medio de la página, con espacio en blanco por todos los lados, como un campo abierto a los devaneos del lector.

Imaginen una niña suelta en el medio de la página.

Sin nada más.

Sin nombre, incluso.

Sin color de vestido ni de ojos.

Sin saber adónde iba...

¡Qué mundo de sugerencias y de poesía para el lector!

¡Y qué colmo de arte y crónica! Pues como sabéis, arte es sugerencia... .

Y si el lector nada consiguiera sacar de esta ópera prima, el autor podría alegar, cavilosamente, que la culpa no era del cronista.

Pero ni todo estaría perdido para ese hipotético lector fracasado, porque tendría siempre a la disposición, en la página, un considerable espacio en blanco para hacer sus apuntes, sus cálculos o su apuesta...

En todo caso, hoy te regalo la palabra "Fuentes vientos". ¿Sirve?

(Mário Quintana)

El nuevo concepto del objeto artístico.

“¿Cómo explicar un cuadro a una liebre muerta?” Al levantar esta cuestión a finales de la Modernidad, en pleno siglo XX, Joseph Beuys buscaba mostrar la dificultad en definir el Arte, tarea ingrata no menos para los artistas que para historiadores, filósofos y críticos.

³¹⁹ QUINTANA, Mario. *Porta giratória*. São Paulo, Globo: 1988. p.83. (Traducción y subrayados de Catarina Argolo)

Todavía al lado de este interrogante, otros tantos de igual relevancia sobreviven en los discursos estéticos actuales, sin el consenso de los estudiosos: ¿cómo mensurar la artísticidad y la naturaleza de una determinada obra?, ¿cuál sería el discurso estético que la legitimaría?, o aun, ¿cuál es hoy el espacio de honor del arte (o de las manifestaciones estéticas)? o en otras palabras, ¿existiría un espacio específico para el arte o éste se ha difractado en la existencia, como nos propone Maffesoli?

Muchas son las indagaciones que siguen sin contestaciones satisfactorias. Los teóricos, sin embargo, señalan que esta ausencia de orientación hacia una metodología que clarifique el estado actual del Arte es propio del momento histórico que estamos viviendo: la Postmodernidad.

Las dificultades para situar históricamente y definir las características de la Postmodernidad, asimismo se explican por la ausencia de un acuerdo entre historiadores, patente en las 'evaluaciones subjetivas' que han dado como resultado la multiplicidad de posicionamientos hallada en las publicaciones especializadas con respecto a su concepto y marco inicial. No obstante, dentro de un grupo 'relativamente significativo' de estudiosos, algunos de los cuales mencionaremos más adelante, la *Postmodernidad* es considerada una antítesis o una concreción del proyecto del periodo anterior, la Modernidad.

Pese la importancia de los diferentes puntos de vista sobre ambas con relación a su marco, principios, objetivos y manifestaciones en los diversos ámbitos de la vida social, política, económica y cultural, no nos fijaremos en ellos. Vamos a limitarnos tan sólo a las aportaciones que desde nuestro punto de vista fueron sustanciales para la comprensión y legitimidad de modalidades estéticas antes ignoradas, desconocidas o no consideradas por el estatuto oficial del arte, a ejemplo de la estética vestimentar de calle. Por ese motivo, no abogamos por una teoría específica acerca ni de una ni de otra, sino más bien, por características tuyas subrayadas por algunos autores y que están presentes tanto en la producción cultural vigente como en las relaciones entre su productor y público consumidor. Si por un lado la recopilación de especificidades de estos periodos nos ha provisto el material teórico indispensable para justificar la legitimidad de nuestro objeto de estudio y para situarlo en un concepto histórico dado, por otro, este mismo procedimiento nos ha eximido de la laboriosa tarea de buscar un consenso acerca de temas tan controvertidos, principalmente cuando se trata de la Postmodernidad.

Además del planteamiento de los aspectos mencionados, hemos destacado el concepto de lo *no retiniano* de Marcel Duchamp como una de las más valiosas aportaciones para el cambio de la

perspectiva sobre el producto artístico y el artista. El concepto de Duchamp inauguró una importante etapa en la historia del arte que significó una apertura a la introducción de producciones (y, consecuentemente, de sus productores) del Arte tradicional como los que utilizan el cuerpo como soporte de creación. Esta 'concepción' que admitió la inclusión de la estética vestimentar en los anales del arte como una forma de expresión de la individualidad, representó un enorme avance en las investigaciones sobre la indumentaria, y asimismo sobre la moda, ya que ambas están relacionadas.

Nuestra propuesta, en este capítulo, fue crear una aproximación de todos estos datos enunciados a la estética de lo cotidiano y de la cual la estética vestimentar de calle es pieza integrante.

Antes de empezar el discurso sobre los marcos históricos, características y aportaciones de la Modernidad y de la Postmodernidad, nos proponemos distinguir primeramente otros dos conceptos - Modernismo y Postmodernismo -, que son fuente habitual de discusión. Modernidad y Postmodernidad son configuraciones sociales, culturales y económicas que se enlazan con ciencia y tecnología (Boyne y Rattansi, 1990) mientras que el Modernismo y Postmodernismo son proyectos intelectuales o estéticos que moldean sus elementos constitutivos y representan formas de conceptualizar o de comprender estas configuraciones.

Algunos autores llaman la atención sobre la equivocación que se suele cometer al juzgar que Postmodernidad y Postmodernismo son conceptos idénticos, cuando este último es una crítica a la Modernidad. Afirmaríamos, en otras palabras, que los autores buscan mostrar la Modernidad y la Postmodernidad como etapas históricas que abarcan todas las áreas del conocimiento y los sectores de la vida ordinaria. El Modernismo y el Postmodernismo se insieren en estos procesos históricos, porque están relacionados con un área específica del conocimiento, que es la de producción estética.

Autores como Barnard advierten que "si el Postmodernismo se constituye también como una crítica de la Postmodernidad, no está todavía muy claro, debido a que muchos teóricos contemporáneos son críticos, a la vez, de la Postmodernidad y del Postmodernismo" (Barnard, 2003: 218). Otro dato importante sostenido por él se refiere específicamente a nuestro foco de interés que es la indumentaria. Barnard critica la falta de motivación entre los estudiosos del universo vestimentar hacia un análisis más detenido sobre la indumentaria, tanto en los periodos de la Modernidad como de la Postmodernidad, afirmando que en las investigaciones de estos analistas es

la *moda* y no la ropa o indumentaria, el tópico en consideración. Explica el hecho argumentando que vestimenta e indumentaria concebidas como antimoda (en el sentido divulgado por Flüguel) no son temas de su interés (ni modernistas, ni posmodernistas) alegando que la moda les 'ha robado' protagonismo, entre otras razones, por 'sus connotaciones antropológicas' (Ibíd.). Otro argumento que justificaría esta predilección por la moda en detrimento de la indumentaria, reside en que la Modernidad parece útil como una forma de indicar el incansable deseo de transformación característico de la vida cultural en el capitalismo industrial, además del deseo por la novedad tan bien expresado por la moda, conforme observa E. Wilson (1985). Y añade, más adelante: "el Postmodernismo, con su tratamiento ecléctico del estilo, podrá parecer [...] compatible con la moda [...] con sus constantes cambios" (E. Wilson, 1985: 88). Pero a pesar de la observación de Barnard respecto a la ausencia de material teórico para la investigación sobre indumentaria, vemos en Elizabeth Wilson este interés renovado por una terminología muy particular usada para referirse a 'ciertos' modos especiales de vestir, comentada en el Capítulo 5 (cf. traje de oposición, vestuario utópico y antimoda).

Hechas estas aclaraciones sobre los conceptos claves de este capítulo, pasamos a continuación a hablar de su demarcación histórica.

Conceptos y demarcaciones históricas de la Modernidad y Postmodernidad.

Como concepto, la Modernidad sitúa sus comienzos en la obra de Flavio Magno Aurelio Casiodoro (ca. 575), el primer escritor (latino) que 'supuestamente' se sirvió de la palabra *modernus* (originada de *modus*) en el sentido de "lo que ha acontecido recientemente". El vocablo, pivote de discusiones entre filósofos y religiosos del siglo X, fue asimilado del latín con la traducción de 'moderno' y con el sentido de 'hace un momento' o 'ahora mismo', y como adjetivo, con el significado de algo nuevo que entra en conflicto con lo antiguo. En aquél periodo, los *modemi* recibieron loas y condenas por su espíritu abierto y antirrutinario. Su complacencia en estar a la última en lo concerniente a los descubrimientos más recientes y nuevas teorías era interpretada con doble sentido.

La Modernidad suele ser delimitada como el periodo históricamente posterior a la Edad Media, como un fenómeno social que tiene sus orígenes en el Renacimiento (entre los siglos XIII y XV) y se consolidó tras la Ilustración (siglo XVIII) por medio de valores radicados en la razón y en la

libertad, ambos asentados sobre la ciencia y la técnica. Surge de la historia al modo de un “epítome de los procesos sociales y políticos asociados con el crecimiento económico inducido por la tecnología” (Lyon, 1996:44). Sin embargo, estos cambios ya se manifestaban en torno a una nueva estructura social, científica y política, europeas, que tendría los días contados a causa del racionalismo de los enciclopedistas franceses. Personajes como Rousseau, Voltaire y el Barón de Montesquieu opinaban que solamente la presencia de la razón en la Historia, era capaz de generar significativas transformaciones en el orden social.

El inicio de la Modernidad para los filósofos, hasta hace poco más de dos décadas, se dio en el siglo XVI, en su primera fase, con (1) la ascensión y fortalecimiento económico y político de la burguesía, (2) el nacimiento de la economía capitalista, (3) el mercantilismo, y (4) el surgimiento de una nueva categoría de individuo³²⁰ que concebía el mundo desde una perspectiva racionalista, centrada en el hombre, no en un ser divino, como en el Medioevo.

Entre innumerables intentos en precisar el inicio y fin de la Modernidad, nos hemos encontrado con la cuatripartición propuesta por Wolfgang Iser³²¹: la primera comprende desde el siglo XVII al XIX, que denominó Edad Moderna, seguida de la nueva Modernidad (de 1850 hasta el cambio del siglo), después por la Modernidad (de principios del siglo hasta los años 60), por fin, la Postmodernidad, que abarca de los años 70 a los días actuales. Las dos iniciales tienden a unificarse mientras las otras dos últimas a supeditarse a una actitud pluralista. Iser defiende que “la Postmodernidad es el cumplimiento de los postulados que plantea la Modernidad del siglo XX”. No obstante, si apuramos el contenido de la declaración, veremos que si la Postmodernidad es la concretización de los fundamentos originales de la Modernidad, ella no tiene existencia como fragmento de un proceso histórico, no presenta las condiciones iniciales immanentes a dichos

³²⁰ El origen del *individuo* 'el sujeto de su propio destino' como lo comprendemos hoy, es explicado por Norbert Elias, tomando como referencia para su desarrollo, la contribución de la filosofía escolástica. Elias comenta que el hombre del medioevo no reconocía que “cada entidad singular posee su propia historia individual y sus peculiaridades”. Las palabras *individualis* o *individuus* eran comúnmente usadas por el medioevo para referirse a lo que era indivisible, fuesen cosas, animales o personas. En realidad, sería solamente en el siglo XVII cuando el término individuo se aplicaría exclusivamente a los seres humanos. El concepto escolástico de individuo se ha originado a partir del reconocimiento de la singularidad de los seres humanos en un periodo de desarrollo social, en el que las personas (probablemente en grupos específicos, como sugiere Elias), sentían necesidad de hablar entre sí, sobre sus peculiaridades, de manifestar la calidad especial de su existencia comparada a la de todas las demás. Esto ocurrió durante el Renacimiento, en los países más avanzados de Europa, en el momento en que su desarrollo histórico 'permitía' el progreso individual y las personas empezaban a ascender de sus comunidades tradicionales para ocupar posiciones sociales más elevadas, como aconteció con algunos humanistas que pasaron a ocupar cargos municipales y nacionales, (además de) comerciantes y artistas. A consecuencia, surgió la distinción en términos de origen del trabajo, entre lo que era producido individual y colectivamente. El XVII fue la etapa preliminar del desarrollo de equivalentes lingüísticos socialmente necesarios en el siglo XIX, como “individualismo, socialismo y colectivismo”. El siglo XIX, como ya hemos visto en el Capítulo 5, fue el periodo revelador del dandismo, un paradigma y marco de la insurgencia y de la individualidad en la forma de vestirse. (Cf. Norberto Elias, op. cit., pp. 133,134)

³²¹ WELSCH, Wolfgang. *Unsere postmoderne moderne*. Weinheim, Acta Humaniora: 1987.

procesos, además de no gozar de emancipación ideológica, pues está sometida a los paradigmas del período anterior.

Recapitulación de los acontecimientos del siglo XIX. Evaluaciones sobre la Modernidad y Postmodernidad.

El hombre moderno era un hombre de certezas y proyectos colectivos que se hizo conocido por la creencia en sus acciones edificadoras en la técnica, en la ciencia y en la tecnología. Fuera de izquierda o de derecha, había para él un futuro que se construía en los planes de cada presente. Sus objetivos eran descubrir las leyes de la historia y de los procesos sociales, así como casi dos siglos antes se habían sentado las bases para el conocimiento de las leyes de la naturaleza. La *razón*, por lo visto, subsistió como herencia del siglo XIX hasta el presente.

Las dos guerras mundiales fueron la evidencia más clara de la crisis por la que pasaron estos proyectos en el siglo XX. Este hecho significó una revolución en la forma de evaluar la vida y las acciones del hombre, manifestándose en la aparición de movimientos sociales (la mayoría de ellos, en la década de 60) inspirados en utopías revolucionarias como las milenaristas, convencidas de la ardua tarea de cambiar el mundo y dispuestas a la acción de cualquier naturaleza para lograrlo. Algo tenían en común los movimientos hippies, el Mayo de 68, *Woodstock*, los movimientos guerrilleros, los activistas, todos estaban deseosos de hacer del mundo un lugar más humano para vivir.

Una crisis surgida a consecuencia de profundas transformaciones en la economía mundial, protagonizada por el petróleo (años setenta) afectaría el *modus cogitus* de europeos y norteamericanos, de tal suerte que este carácter revolucionario se eclipsó.

De esta revolución emergió la sociedad de consumo ocasionada por su relación con el capital y por el usufructo de los bienes producidos por esta sociedad, que transformó radicalmente los valores morales del individuo e influyó sobre todos los aspectos de la vida, incluso en el filosófico, cultural y artístico.

Génesis de las tribus urbanas.

En el periodo referente a los movimientos estudiantiles (fines de los 60 y principios de los 70), vimos nacer una estética indumentar que puso de relieve la fuerza de la identificación con los ideales de grupo y que "posibilitó la devoción gracias a la cual se refuerza aquello que es común a

todos" (Maffesoli, 1987:23). En esta ocasión, el vestido más que el verbo, ya se constituía en una vasta red que conectaba los individuos, tornándose un fuerte agente comunicacional e impulsor de socialidad.

Las *tribus urbanas*, tal como estos grupos fueron denominados, contribuyeron a la formación de una plástica multicolor callejera, generando una fase prolífica en términos de producción vestimentar. Un número expresivo de ellas, cada una con su estética particular, se repartía el mismo espacio con formas individualizadas y consensuadas del vestir. Todavía esta 'estética de grupo' no es moderna. Bollon señala en el siglo XVII, *bandos* como los *muscadins* y *sans-culottes*³²² que denunciaban una postura política por medio de la vestimenta: "era por la apariencia que el lenguaje popular resumía los conflictos" (Bollon, 1993: 27). Refiriéndose a los *muscadins*, ha escrito: "hombres de apariencias, [...] combatieron las apariencias por medio de las apariencias" (Íd.: 37), para hacer hincapié en la potencia atribuida al *uniforme* como símbolo de un poder revolucionario insurgente.

En estos grupos se ha verificado la pluralidad de funciones de la vestimenta, un trazo de la Modernidad que ha sobrevivido en la Postmodernidad como el potencial para revelar ideologías, posturas políticas, filosóficas, religiosas, o simplemente el gusto por una estética de la apariencia. Ser moderno significaba poseer espíritu abierto, antirrutinario, estar al corriente de los últimos descubrimientos y de las teorías más nuevas, romper con lo establecido y comprometerse con la originalidad. Estas particularidades han sido observadas igualmente en los grupos urbanos y en las expresiones vestimentares individuales, asimismo en la *antimoda*, comprendida en su sentido 'sedicioso'.

Características del Modernismo³²³ como "la deliberación de hacer un arte en conformidad con su época y renuncia a la invocación de modelos clásicos"; el acortamiento de la distancia entre artes mayores (arquitectura, pintura y escultura) y sus aplicaciones a los diversos campos de la producción económica (construcción civil, decoración, *vestuario*, etc.); la aspiración al lenguaje o

³²² Cf. la participación de estos grupos en el desarrollo de los acontecimientos políticos de su época, bien como su práctica indumentar, en los capítulos I y II de la obra citada de Patrice Bollon.

³²³ Autores como Sandro Bocola segmenta la Modernidad en etapas, una de ellas se constituye por la unidad indisoluble hombre/mundo comprendida abstractamente del mismo modo como hace con las diadas cuerpo/espíritu, materia/energía, dualidades típicas de la Postmodernidad. En términos artísticos, esta comprensión actúa positivamente sobre la sensibilidad y la capacidad de asimilar expresiones artísticas no oficiales. De este modo se dio la incorporación del primitivismo tribal (en la escultura y en la pintura, por ejemplo) y del Realismo mágico (Rousseau) al Modernismo, como 'hallazgos' de una dimensión fantástica y esencial a la creación. Esta dimensión mágica aprehendida con naturalidad y desgarrada de la interpretación religiosa, facilitó "la incorporación de lo inconsciente en la concepción ilustrada del mundo y del hombre, propia de la Modernidad" asegura él (1994: 284).

estilo universal³²⁴, son claramente identificables en la panoplia de las tribus y grupos urbanos y en la antimoda. Lo que claramente distingue el Postmodernismo del Modernismo entre otros aspectos ya destacados, es una mayor independencia del primero con respecto al lenguaje, ideologías o hechos concernientes a su momento histórico, que posibilita al artista una mayor flexibilidad y soltura en sus investigaciones. Este *modus operandi* adoptado por los postmodernistas, aproxima su quehacer de aquella segunda característica (de aproximación de las 'artes mayores' a los sectores de la vida productiva) y refuerza el revisionismo y la cita en la esfera vestimentar como un fenómeno cada vez más cíclico, cada vez que extrae este manantial de informaciones del arte y de la artesanía y lo traslada a la indumentaria (incluyéndose aquí, la moda). Trabajos de artistas modernistas del periodo Prevanguardia (la Secesión vienense: Kolomon Moser, Alphonse Mucha y, sobre todo, Gustave Klimt), Moderno (el grupo Bloomsbury, Raoul Dufy, Sonia Delaunay, Giacomo Balla, Salvador Dalí, Picasso) y Postmoderno (años 70 en adelante: Cindy Sherman, Nazareth Pacheco, Jana Sterback, Majida Khattari, Louise Bourgeois, Vanessa Beecroft, Gillian Wearing) son muestras del consorcio entre Arte [a través de la pintura, collage, escultura, fotografía, (video)instalación, vestidos, performances] y el universo vestimentar.

Según la historiografía de la indumentaria, el matrimonio entre moda y Arte se ha consumado primeramente con Worth (siglo XIX), desde entonces otros modistos³²⁵, en el siglo posterior, se adhirieron a este connubio citando artistas consagrados (cf. el Capítulo 5, el apartado "Otra versión para el origen de la moda, su conexión con el arte y la estética indumentar".)

La búsqueda de un lenguaje o estilo propio y universal no es un rasgo restringido a la Modernidad, él también se encuentra presente en la Postmodernidad y se confunde con la misión innovadora vehementemente defendida y propalada por artistas de la Vanguardia.

La defensa del trazo individual en la producción artística fue una conquista del Renacimiento que subsistió hasta fines de la Modernidad, incluso entre los artistas hermanados por un movimiento o una estética. En este sentido, la Postmodernidad representa un avance, porque ha liberado al creador del compromiso con la adopción de un estilo, temas o normativas, como solía ocurrir en la Modernidad.

³²⁴ En ARGAN, Giulio Carlo. *Arte moderna: do iluminismo aos movimentos contemporâneos*. Companhia das Letras, São Paulo: 1992. p. 185.

³²⁵ Cf. la obra aquí citada, *Souper dress*, creación de un anónimo e inspirada en la estampa de Andy Warhol, con botes de sopa *Campbells*. Yves Saint-Laurent cita al neoplasticista Piet Mondrian con su *Vestido Mondrian* y elabora vestidos 'pop art' influenciado por la obra de Warhol y Roy Lichtenstein. Algunos modistos hispánicos, a ejemplo de los españoles Mariano Fortuny, Cristóbal Balenciaga y Paco Rabanne y el dominicano Oscar de la Renta, aportaron al mundo *fashion* la concepción de indumento como obra de arte.

El antropólogo Ted Polhemus³²⁶ analizando la misión innovadora emprendida por los vanguardistas, observó que ella vino eclipsándose con “la celebración de un cambio constante y cada vez más acelerado”, fomentada por la llegada del Postmodernismo en la década de 60. El reflejo de este acaecimiento fue percibido en la transición (hacia) y acogimiento de estilos clásicos *sin sentido* (subrayados *suyos*) y en el retorno a las decoraciones corporales de carácter permanente, como el tatuaje y los *piercings*. Esto puede ser juzgado como una estrategia de articulación de 'identidades' y 'géneros' con el objetivo de construir una imagen particular.

La postura de Polhemus nos lleva a suponer que la creación de la imagen vestimentar individual en la Postmodernidad no se definiría por la supremacía de la moda vigente, al contrario, 'este vestir personalizado' ha ocasionado una multiplicidad de expresiones indumentares que reflejan una reacción a cada renovación de la moda. Este fenómeno trae al debate la cuestión sobre cómo definir el estilo *en la esfera indumentar* en tiempos postmodernos.

En su análisis sobre 'las formas del vestir', Polhemus explica que hoy en día no hay más moda *per se*, sino un retorno a la condición de estilo “con un nuevo enfoque en lo individual en detrimento del grupo, de la tribu”³²⁷. Parece no estar convencido de que el estilo indumentar sea una expresión visual restringida a los grupos (o tribus urbanas) y apuesta, incluso, por la superioridad de la eficacia de su versión individual como forma de comunicación, sobre la expresión verbal. Resalta, además, la potencialidad orgánica del estilo, afirmándolo como parte vital del comportamiento humano. El estilo de las ropas junto a otros aspectos de la apariencia sería entonces una especie de 'antena parabólica' que captaría, reflejaría y expresaría, a la vez, valores, creencias y hechos sociales, subyacentes al mundo en que vivimos. Asimismo por ello se explicaría cómo la transición del Modernismo hacia Postmodernismo trajo consigo el tránsito de la *moda* al *estilo*. La legitimación de manifestaciones estéticas *vestimentares* analizadas en esta disertación es un efecto de esta transición fomentada por la debilidad de las barreras entre las culturas erudita y popular que sobrevino de la instauración de la Postmodernidad. Polhemus reconoce este fenómeno en el *estilo* vestimentar *de calle* conocido por *streetstyle*, mostrando que éste es una faceta de las transformaciones socioculturales consecuentes de este desarrollo histórico, a la vez que las señala como las responsables del “cambio de una concepción de cultura como 'algo' oriundo de una clase más alta, hacia otra, y que puede venir de cualquier parte del sistema social”.

³²⁶ Antropólogo estadounidense radicado en Londres, autor del concepto *supermercados de estilos*, que explica la pluralidad de estéticas vestimentares en la actualidad.

³²⁷ Cf. d' ALMEIDA, Tarcisio, op. cit.

Postmodernidad x Modernidad: hibridismos.

Algunos autores (Welsch) comparten la idea de que la Postmodernidad es la puesta en marcha del proyecto dibujado por la Modernidad, por eso es frecuente percibir el *hibridismo* que hay entre ellas, manifiesto en la convivencia de características que le son comunes.

Noción semejante comparte el autor Steve Connor que advierte del hecho de que esta convivencia con ideologías híbridas propias de la Postmodernidad es a veces un obstáculo a la hora de definirla en términos estilísticos, como el pormenor del color, la línea, el volumen. Según Connor, “lo que unifica el arte moderno, es un programa o ideología más que una práctica determinada; [...] lo que subyace del debate postmoderno es un cambio en su programa. [...] El arte moderno [...] se define [...] entre la práctica y la teoría, entre los objetos artísticos y sus definiciones. El debate postmoderno hace que esta interrelación adquiera mayor complejidad”³²⁸. Consonante con este criterio, la Postmodernidad vendría a incorporar una serie de características del arte moderno, como (1) la reivindicación de una *actitud del espectador ante la obra*, que demostramos con el siguiente extracto de Ana María Guasch:

Nos hallamos frente a un arte que nos habla de sus relaciones y de sus mundos personales. [...] de una necesidad que desborda los límites del arte y se adentra en todas las esferas de la sociedad: de la necesidad de hablar de uno mismo (*la importancia del yo*), de expresar nuestras apetencias y temores, de reaccionar frente a la vida cotidiana; de reactivar [...] zonas de la experiencia largo tiempo aletargadas³²⁹. (Subrayado nuestro.).

Hace poco comentábamos el incremento de proyectos creativos individuales y el (2) *énfasis sobre la individualidad* como trazos de los más contundentes de la *Postmodernidad* (aquí recordados por Ana María Guasch), aunque la raíz de esta última hubiese florecido en la Modernidad conforme constató Norbert Elías (cf. nota de pie 320, referente a la palabra *individuo*).

El concepto de *individualidad* ha cruzado las fronteras seculares desde sus orígenes en los años 1600, para establecerse definitivamente en el universo *indumentar* por medio de dos expresiones en el siglo XX, las antimodas (entiéndase, las manifestaciones *individuales* del vestir) y las tribus urbanas (con su *identidad grupal*). Fiduciarias suyas y nacidas a fines de la Modernidad, estas manifestaciones individuales del vestir han cruzado otras fronteras (*geográficas y culturales*, no

³²⁸ CONNOR, Steven. *Cultura postmoderna: introducción a las teorías de la contemporaneidad*. Akal, Madrid: 1996. p. 63.

³²⁹ GUASCH Ana María. *Los manifiestos del arte moderno: texto de exposiciones, 1980 – 1995*. Akal, Madrid: 2000. p. 14. (Subrayados nuestros.). Respecto a la *pasividad e interacción del público* en las premisas contemporáneas, cf. el Capítulo 7, donde se tributa especial atención a este tema dentro de la obra de Hélio Oiticica.

espacio-temporales como el antedicho concepto), diseminándose por países con cultura y tradición milenarias (tales como Japón, Corea, China, etc.) y de formación socio-histórica muy distinta de aquella en la que las tribus fueron producidas.

La (3) *coexistencia de estéticas variadas* es una característica de la *Modernidad* que se originó por el florecimiento concomitante de movimientos artísticos³³⁰ conducidos por las innovaciones aceleradas en la ciencia y en la tecnología. Esta última, favorecida por el capitalismo, es apuntada como la gran responsable de promover profundos cambios sociales en lo que concierne a la comunicación interpersonal, al diluir las barreras físicas del tiempo y del espacio. Este acercamiento fue posibilitado por cambios operados por la Revolución Industrial, como la reducción de la jornada de trabajo, en muchos sectores de la vida laboral, y cuyo logro para la vida personal del trabajador representó más horas libres destinadas al ocio y al goce de la convivencia social.

La tecnología también ejerció impacto en las artes, con el surgimiento de la industria cultural. Producto del sistema capitalista, esta industria convirtió las experiencias artísticas en entretenimiento, en un bien de consumo 'asequible' a la mayoría de la población. Fue en el desenvolvimiento de este contexto que la moda, como la analizamos hoy, ha encontrado espacio para consumarse, es decir que, el origen de su desarrollo está estrictamente relacionado con la expansión del capitalismo (cf. en E. Wilson, 1985, Capítulo II).

Es necesario aclarar que el vocablo moda es utilizado de forma genérica en la literatura sobre el vestuario, incluso por autores como E. Wilson que ha creado una terminología particular para referirse a modalidades *vestimentares* como el 'traje de oposición', una 'supuesta' antimoda nacida con el dandismo.

Antes de describir la moda (*latu sensu*) como rama de la Estética, del arte de la sociedad moderna y como una forma de cultura popular, Wilson pone en evidencia dos aspectos suyos que consideramos relevantes para nuestro enfoque sobre el traje. Uno de ellos, relacionado con su valor estético, implica el reconocimiento de sus características sensibles, subjetivas, que son también las del objeto artístico. El otro, concerniente a su inclusión en la categoría de cultura popular, acata otra característica de la Modernidad que es su tendencia a la mundanalidad cotidiana. La autora cree que es posible crear una identidad vestimentar a través de la moda: "en la construcción de la identidad, la moda no se preocupa [...] de los géneros" (Ibid., 165). En otro momento admite que esta identidad

³³⁰ Elizabeth Wilson abre paréntesis para registrar la crítica a que el concepto de Modernismo ha recibido por su falta de rigor, cuando tomado como término genérico para indicar una gran variedad de corrientes diferentes en el Arte y la Estética modernas. (E. Wilson, op. cit., p. 87).

indumentar ya se demarcaba en el vestuario de la mujer del siglo XIX: “la apariencia de la mujer burguesa era una producción artística” (E. Wilson, 1985: 165), porque el mundo romántico le exigía que expresara una personalidad única, una originalidad 'en el interior de la identidad', además de su 'interioridad' y de su posición social. La vestimenta cumplía así la función de 'atracción personal', de objeto de seducción, de estrategia para llegar al matrimonio, una manera de ascender socialmente, una vez que se exponía la belleza de la joven y su situación civil. Wilson señala este momento (ca. 1860) como el “inicio de la idea del yo como obra de arte, de la 'personalidad' como algo que incluía el vestuario” (Ibíd., 166). La autora ha intentado mostrar, en otras palabras, que la transformación del vestuario como proyecto social, para la condición de 'parte de la identidad', es un cambio que lo inaugura como una manifestación moderna y que avanza hacia la Postmodernidad gracias a la diversidad de estilos difundidos por la moda: “Si el Postmodernismo³³¹ expresa una experiencia fragmentada, atomizada, del mundo, [...] entonces la diversidad de los estilos de la moda de nuestros días [...] son un reflejo de eso”. (Ibíd.: 165).

En el análisis de Barnard (2003), la 'personalidad' del vestido es asimismo una característica moderna potenciada en la Postmodernidad por el anhelo incesante de diferenciación por la apariencia, en un contexto indumentar estandarizado por la moda. Aquí surge un problema: si moda y antimoda (como hemos denominado la individualidad en el vestir) son 'hijas' de la Modernidad, si ambas se alimentan de la fugacidad y son movidas por la diferenciación, entonces ¿qué paradigma(s) orientaría(n) esta distinción? Hemos intentado a lo largo de este discurso mostrar sus diferencias, sin decantarnos por una dirección específica, porque no creemos que 'una' sola sea suficiente. Barnard nos ha aportado una pista más, apoyándose en la evaluación de Faurschou sobre la elaboración del *objeto* industrializado en dos momentos de la producción industrial – Modernidad y Postmodernidad –, para con ella lograr su diferenciación y, con base en esto, trazar un paralelismo entre estos dos periodos en su relación con moda y antimoda, respectivamente.

Ahora bien, hemos observado que una de las marcas de la escisión entre Modernidad y Postmodernidad está en la (4) *potencialidad del objeto modernista para la inversión simbólica*, no identificable en los objetos posmodernistas. Esta inversión significa la exploración del potencial expresivo del objeto en detrimento de su habitual valor funcional y/o estimado. Así, la noción de capital simbólico *no sólo* explicaría la manifestación de fenómenos como la antimoda, ilustrado en la Modernidad por las expresiones indumentares personales, y en la Postmodernidad, por la estética

³³¹ El término más adecuado aquí, según nuestra explicación inicial sería Postmodernidad.

vestimentar de calle, como también pondría en evidencia la extensión de significados que la vestimenta (representando aquí el objeto moderno) podría asumir en distintos contextos cuando es vencido su utilitarismo categórico y valorada su fuerza expresiva, comunicacional. Jameson³³² nos apunta otra particularidad de este *objeto moderno* que, si bien concebido en un periodo de desarrollo de la industria, mantuvo vestigios del trabajo humano que lo había elaborado y le ha conferido, además, 'algo' de singularidad a las piezas manufacturadas. En la Postmodernidad, al contrario, el volumen y la aceleración en la producción de este objeto eliminaron por completo esta 'señal' de artesanidad, despersonalizándolo. El autor enfatiza, igualmente, la conexión entre el trazo de personalidad propio de los objetos artesanales (manufacturados, modernistas) y el poder económico, dejando entrever en su discurso, que esta exclusividad de las manufacturas es un fuerte indicador de prestigio y distinción de clase social.

El razonamiento de Faurschou, ya no se aplica más a los días actuales. En el universo indumentar por ejemplo, hemos asistido a una experiencia semejante a la que propone una de las leyes físicas que afirma que "a toda acción corresponde una reacción de igual fuerza y en sentido contrario". A la acción representada por la moda con sus estrategias de seducción, su poder comercial y su carácter efímero oriundo de la renovación constante de sus colecciones, se contraponen la estética vestimentar de calle, los grupos urbanos y otros fenómenos paralelos como la customización (podríamos incluir aquí también los disfraces utilizados en ocasiones festivas), corresponderían a esta reacción contraria a todo lo que ella (la moda) representa, y principalmente, a su engañosa promesa de individualización de la apariencia. Es cierto que algún ítem de la moda puede ser 'accionado' a la hora de construir un perfil vestimentar exclusivo, no obstante, este ítem sufrirá a través de la *customización*³³³, las transformaciones necesarias a este designio.

Sería incongruente afirmar, con base a todo lo expuesto, que hubo una escisión total entre Modernidad y Postmodernidad, principalmente si consideramos a ésta, la puesta en práctica de los principios de la Modernidad, como argumentan algunos autores. En la investigación de elementos más definitorios de las diferencias entre estos dos periodos, orientamos nuestros interrogantes hacia el *universo indumentar*, fundamentados en las observaciones de investigadores como Faurschou, Jameson y Baudrillard, indagando inicialmente sobre 'qué reminiscencias de la Modernidad se encuentran presentes específicamente en la producción vestimentar de la Postmodernidad'.

³³² JAMESON, F. *Marxism and form*. Princeton, Princeton University Press: 1971. p.104-5 (citado por M. Barnard, op.cit., p. 223).

³³³ La *customización*, como ya hemos visto en el Capítulo 5, es una práctica que también fue introducida en la esfera indumentar, en los pasados años 70, y que paradójicamente, se ha vuelto 'modismo'.

Faurschou subraya, en la *Modernidad*, (5) el énfasis sobre el trabajo artesanal, valores y predilecciones que eran relevantes para una clase social en constante ascensión. El autor ha propuesto enlaces entre estos datos, estableciendo por un lado, una conexión entre habilidad, trabajo artesanal y expresión de la identidad, y por otro, entre valores y predilecciones como funcionalidad y prestigio social, al mismo tiempo. Si buscamos estas correspondencias en la Modernidad, iremos a localizarlas en el inicio del alta costura, en la confección de trajes funcionales, artesanales, exclusivos, distintivos de una clase social alta y que no eran necesariamente la expresión de la identidad de su usuaria, sino de un estilista.

Jameson, a su vez, manifiesta una pesadumbre cuando se refiere al hecho de que en la fase del capitalismo postindustrial el operario ha perdido el vínculo con el producto de su trabajo, cuya causa atribuye al corrimiento hacia el consumo. En la percepción de Baudrillard, este paralelismo ha perdido su sentido cuando lo analizamos bajo el paradigma de la Postmodernidad y según la cual ya no es el trabajo o el contacto entre dos personas lo que dota el *objeto* de significado, como ocurría en la Modernidad. Ahora bien, el objeto Postmoderno u objeto-tornado-signo sólo recuperaría su sentido a partir de la relación con los demás objetos o signos. El autor utiliza dos tipos de anillos para ilustrar esta *lógica de la diferenciación* o *lógica del signo* como ha nombrado. Uno de ellos, el anillo de boda, simboliza la indisolubilidad de la relación de una pareja y es una pieza insustituible porque no hay sentido cambiarlo por otro anillo común para representar este enlace, y añade que sólo se usa uno, no varios de ellos al mismo tiempo. El anillo común, en cambio, es un producto de consumo, un objeto de adorno que puede ser cambiado o sustituido por otros anillos y usados concomitantemente a varios tipos diferentes, dentro de su misma categoría.

En la perspectiva de Faurschou, la *distinción* no es una especificidad de la sociedad moderna, sino de la postmoderna que es “dirigida para crear un perpetuo anhelo de necesidad, de novedad y de diferencia infinita” (Faurschou)³³⁴. Por esta razón, la moda con su compulsión por innovar signos y producir significados de modo arbitrario y perpetuo (Baudrillard) es *frecuentemente* asociada a la Postmodernidad. Sin embargo, otros fenómenos indumentares como la estética vestimentar callejera, la customización, los grupos urbanos, son igualmente motivados por el mismo impulso diferenciador.

Si buscamos una correspondencia entre este análisis de Faurschou con el anterior, en el que señala la *artesanalidad* como uno de los rasgos de la Modernidad, observaremos una disparidad

³³⁴ Faurschou, 1988, p. 82 (citado por BARNARD, Malcolm, op. cit., p. 226.)

entre ellos. Para confirmarlo, tomamos como referencia las *formas de producción, de consumo y el origen* de los objetos (vestimentares) moderno y postmoderno y observaremos que el *modus operandi* se confunde con el origen: mientras la *manufactura* revela un modo de producción típico de la *Modernidad* (sobre todo de su comienzo), la *industrialización* sería su correspondiente en la *Postmodernidad*. La inmensa mayoría de los individuos no puede elegir entre la adquisición de una pieza de Lalique y otra homóloga, *industrializada*, pues sería tan sólo la segunda la que cabría en sus gastos mensuales. En este caso, el *poder de adquisición* funciona como un *diferencial* entre ambos objetos. Propondríamos un interrogante que también se basa en la fabricación: ¿cuál entre ellos se caracterizaría por la distinción? Nos parece obvio que ésta sea una peculiaridad del objeto procedente de la Modernidad (los manufacturados) comprobada incluso (en el universo vestimentar) en producciones exclusivas oriundas del alta costura, en el dandismo, ambos influyentes sobre el surgimiento del fenómeno 'antimoda'.

La raíz de esta anfibología fomentada por el autor puede ser explicada por el desarrollo de la industria, agente responsable del impulso de la producción e introducción de objetos en el mercado, de *morfología, tonalidad, proporción y función* dispares, totalmente excluidos del principio fundamental de la *manufactura*, que es la *exclusividad*. Ahora bien, la industria produce masivamente (y cada vez más) una enorme categoría de productos, diferentemente de lo que ocurría en una etapa anterior a su implantación, en la que la producción se pautaba en el precepto de la *exclusividad de cada pieza confeccionada*. Aunque los procesos manufacturero e industrial tuviesen sus orígenes en la época moderna, fue en la Postmodernidad cuando la industria ha alcanzado el ápice de su desarrollo. En un movimiento inverso, la propia Postmodernidad ha franqueado la (creciente) revaloración del trabajo artesanal en algunos sectores como el del *vestuario*, la decoración y gastronomía.

La Modernidad, en la visión de muchos autores, fue el periodo donde lo *extra-ordinario* ha encontrado el terreno apropiado para desarrollarse, no obstante, esta postura es completamente adversa cuando se trata de la Postmodernidad, puesto que sobre ésta recaen críticas negativas por su 'falta de autenticidad'. Jameson es uno de los que señala esta característica, aseverando que la ausencia de este 'atributo' *moderno* hizo que las *producciones vestimentares* de este periodo fuesen totalmente carentes de originalidad. Una muestra de eso se ve en el paralelo que Barnard ha esbozado entre moda vs. pastiche y moda vs. bricolaje, en el que subraya el revisionismo sempiterno de tendencias y estilos pretéritos practicados por la moda como una estrategia para crear

vestimentas inéditas. Aquí, la crítica a la falta de innovación no sólo en la producción de moda sino en la creación indumentar (*latu sensu*) se confunde con la crítica a la Postmodernidad, periodo de realización (práctica) de proyectos (teoría) idealizados en la Modernidad. En estos términos, la Postmodernidad no ha representado muchos avances respecto a la etapa anterior (en el terreno estético, específicamente), excepto por mostrarse permeable a la convivencia del pasado con el presente, de sus ideales y propuestas de naturalezas tan antípodas.

Pastiche y bricolaje son las referencias elegidas por Barnard para elaborar su argumento sobre la relación entre producción vestimentar (moda e indumentaria) y Postmodernidad, con el pasado. En el bricolaje, esa conexión se observa en la utilización (por parte del *bricoleur*) de “restos y sobras de acontecimientos [...] de la historia de un individuo o de una sociedad” (Barnard, 2003: 255). Como tendencia retro, reviste materiales y estilos pasados de significado actual. Es pues, en la cuestión del uso del conocimiento instrumental, sea él práctico o teórico, que el bricolaje se define como una categoría estética. Por otro lado, en su correlación con los estilos pretéritos, el *pastiche* es siempre visto de una forma despectiva porque no produce nuevos significados como el bricolaje. Ésta es básicamente la diferencia entre ellos, porque la semejanza se patentó en el uso común del pasado, no obstante, es la manera de analizar este pasado, de observar esta herencia de estilos y la influencia de la historia sobre la producción cultural, lo que permite diferenciar un concepto del otro.

Sabemos que nadie puede ser el origen de su propio discurso, como escribía Derrida, es decir, ninguna obra es un punto cero, o cien por cien innovación, porque su creador es producto de los acontecimientos históricos y un rehén de sus propias experiencias personales. Significa que todo artista recibe influencias de su pasado y aunque pretenda negarlo, este pasado continuará figurando en esta contraposición. El *pastiche* se nos revela en las apropiaciones que hace de estéticas, de la cultura (dicha) popular y de un sinfín de referencias trasplantadas al presente de la Postmodernidad. Diferentemente de las estéticas que se alimentan de estilos anteriores para crear estilos más actuales, el *pastiche* los imita sin preocuparse en revestirlos de un nuevo sentido, razón porque es siempre foco de la crítica. Es apuntado por muchos como uno de los conceptos que mejor definen la Postmodernidad porque así como ella, él prima por la ausencia de originalidad, por la reviviscencia e imitación de estilos del pasado y por un eclecticismo irracional (Jameson).

A través de estos datos y de las consideraciones de autores como Baudrillard, Wilson, Jameson y Barnard, es posible establecer una relación entre moda retro, indumentaria, *pastiche* y Postmodernidad. En la óptica de Baudrillard, la moda es siempre retro, un reciclaje de modas

pasadas. Wilson lo pone de forma distinta mostrando la compatibilidad entre moda y Postmodernismo, en el tratamiento ecléctico que este último hace de los estilos. Por otro lado, la afinidad entre moda con pastiche y Postmodernidad se ha consolidado a través de una característica común a este trinomio que es la convivencia de varios estilos rescatados del pasado y trasladados al presente. Cuando alude al momento actual de la moda y de la indumentaria, Jameson subraya el lugar destacado que el pastiche ocupa en ambas, en el rescate de estilos pasados. En su análisis, esta fijación por la nostalgia no sería privativo de los fenómenos vestimentares, sino que es apuntado hoy como una de las características de la Postmodernidad. Es el pasado y no el presente el que alberga una gran cantidad de estilos, es así como Simmel ha observado el movimiento cíclico de la moda, no por su estacionalidad sino por el retorno repetitivo a viejas formas sobre las cuales el creador añade nuevos significados.

CONCLUSIÓN

9. CONCLUSIÓN

La noción de 'presencia de lo sensible en lo cotidiano' expresada en la locución alemana *Gesamtkunstwerk* (obra de arte total) nos muestra por qué ella sigue siendo bastante actual para traducir la Estética de la Postmodernidad, así como para dar a conocer nuestro posicionamiento sobre el Arte como fruto de ésta Estética. Percepción y sentimiento que compartimos con Joseph Beuys, para quien 'todos (indiscriminadamente) tenemos un gran potencial creativo' y que defendemos como el pasaporte necesario a los *autodidactas* para cruzar la frontera del hermético mundo del arte, antes exclusivo de los *artistas* 'de formación'.

Artistas como Duchamp y Beuys, instauraron nuevos conceptos y categorías estéticas, rompiendo con normas y posturas cristalizadas por el tiempo, dogmatizadas y diseminadas por el arte institucionalizado, como la superación de las nociones de arte mayor y menor, o de la amplitud que el término arte ha alcanzado actualmente. Sin sus aportaciones, la estética vestimentar aún estaría sometida a la sistematización aplicada al arte tradicional (que la catalogaría entre las artes aplicadas o como arte menor) o incluso, se la reduciría al universo de la moda. Maffesoli, hablando sobre 'la experiencia banal', nos hace recordar que la cultura (en su sentido antropológico) ya no se limita sólo a las grandes obras, así reconocidas canónicamente, y atribuye a los museos la culpa por dejar que la multiplicidad de las prácticas y de los saberes artesanales que les servía de soporte, cayesen en el olvido (1995, p.106, adaptado). La cultura, nos recuerda el autor, engloba todo porque representa la producción estética de una nación, una región o de una pequeña comunidad. No obstante, el 'recorte antropológico' que se le suele dar, demuestra el trato despreciativo con que las instituciones oficiales han dispensado a sus obras (a las que han nombrado 'populares') durante un largo periodo de nuestra historia. Tal postura nos lleva a pensar que tal vez ahí se encuentre el origen de una tendencia común a los individuos, al repetir este juicio de valor en la apreciación de cualquiera de sus expresiones.

A juzgar por este panorama, en el que se ve claramente el alejamiento del gran público de su expresión más auténtica, nacida de las capas populares y de la vida cotidiana, es fácil comprender su reacción a manifestaciones estéticas de igual origen, como la estética vestimentar. Lo que se aprehende de este tipo de acción, es que al negar la producción de una determinada camada social, se debilita su autoestima y, en contraposición, se fortalece y ennoblece otra que le es 'superior', y que forzosamente debe servirle de referencia. Esto es lo que se ve ampliamente ilustrado por la historiografía del Arte.

Esta es una de las justificaciones que podemos atribuir al comportamiento reaccionario de parte del público en respuesta a la provocación causada por estas manifestaciones, por su disonancia del contexto indumentar de lo cotidiano de las calles. El análisis pone en evidencia como la percepción estética y el comportamiento social pueden ser subliminalmente manipulados por la cultura institucionalizada, volviéndola contra su propia identidad estética y cultural.

La problemática del proceso de reconocimiento del vestido como objeto artístico, superada en la Investigación a través de referencias museográficas que ilustran obras realizadas con trajes, fue colmado en la tesis por un desarrollo especial de este tema. El enfoque anterior concedido al traje como *obra de arte en acción*, ha ganado contornos sociológicos: lo que antes era un objeto de estricto valor estético, ha recibido una añadidura personal, exclusivista, de gran importancia en la socialización.

Partiendo de esta perspectiva, la primordial intención del trabajo era atestiguar si la estética en estudio podía ser considerada un agente de socialización en el contexto contemporáneo callejero, de la ciudad de Salvador, Bahía. Queríamos investigar si la dimensión interactiva del traje, su principal soporte e instrumento de conexión entre artista y público podría ser justificada por su carácter plástico, diferencial.

La estética en cuestión, es una expresión vestimentar que representa una resistencia a la uniformidad en el vestir, una actitud en defensa de la pluralidad, de las disimilitudes. Es una lucha pacífica, silenciosa y particular contra el conformismo, las convenciones y la institucionalización de la moda que ignora las libertades, relega el potencial imaginativo del individuo que se inventa y se re-crea indefinidamente a sí mismo, aniquilando sus fantasías.

Lola Gavarrón, en su artículo para el catálogo del Museo del Traje, en Madrid, comulga de esta postura, defendiendo que la vestimenta es una modalidad de expresión personal, no obstante, cree que esta tendencia es influjo de la moda, que ha 'producido' desde los años 60, varios diseñadores consagrados por la creación de un estilo particular: "desde que se universaliza el estilo *Carnaby Street*³³⁵, con su alegría de color y desenfado de formas, es difícil seguir hablando de 'moda en singular' o de 'dictadura de la moda'; ya sólo existen modas en plural", y prosigue, "el vestido es clave en la búsqueda de los seres humanos de su propio estilo, es decir, de todo aquello que le permite individualizarse" (2006: 102-103)³³⁶. "Moda e indumentaria son modos por los cuales los

³³⁵ Calle del *West End* londinense que se puso de moda en los años sesenta por las muchas boutiques que vendían a precios módicos ropa elegante como camisetas, minifaldas, pantalones y complementos modernos. Hoy es sinónimo del culto a la juventud de los "alegres sesenta". (O'HARA, Georgina, op. cit., p. 57)

³³⁶ Guía Museo Del Traje. Madrid: 2006.

individuos pueden diferenciarse como individuos y declarar alguna forma de singularidad”, asimismo lo garantiza, M. Barnard (2003: 93). Es considerable la lista de autores, algunos ya mencionados a lo largo de la disertación, como E. Wilson (1985), M. Maffesoli (1996), P. Bollon (1993), M. Barnard (2003) y de instituciones³³⁷ que ven en el vestido, una expresión de la individualidad, de valor estético apreciable.

Hemos formulado un paralelismo entre la personalidad del atuendo y la interactividad, diferente del propuesto por el sociólogo Michel Maffesoli en su trabajo sobre las tribus urbanas. Allí él explicaba la *semejanza* como el factor de interacción *entre miembros de las tribus urbanas*. Fundamentados en su razonamiento, hemos considerado los creadores de la estética indumentar un *grupo urbano* constituido por personas cuyo trazo común es su *modo individual de vestirse*, no la imitación, como en el primero. En las tribus, la socialización ocurre entre sus propios miembros, siendo, por lo tanto, una comunicación restringida a cada grupo, al paso que esta socialización en 'la estética', se da entre el artista y el público con quien él mantiene contacto. Pasamos así, de *grupo a individuo*, o a un 'grupo de individuos' identificados por la *diferenciación en el vestir* y en el que las ideas de movilidad y permeabilidad a las aproximaciones (esta última, inexistente en las tribus), refuerza la noción de *obra en movimiento* desarrollada en la etapa anterior a la tesis. Tanto en uno como en otro (grupo), se ha observado que la *forma* (o la *aparición*) era el móvil de la interacción. Y cuando hablamos de forma, nos referimos al traje mismo, revestido de un 'aura sensible' atribuida por un conjunto de elementos plásticos que le confiere carácter distintivo. Este ha sido el principio de una comunicación con el público, determinada por la seducción en algunas situaciones, y en otras, por la desazón.

El acogimiento, en la Postmodernidad, de nuevos criterios para cualificar una obra de valor estético, ha permitido trasponer la frontera del convencional concepto de bello, de belleza, a otros apelativos. Es a partir de este cambio que vimos introducirse poco a poco otros calificativos, como los que se han aplicado a la estética vestimentar como raro, diferente, inusual, y que vendrían a remplazar, conforme verificamos, la noción de belleza y fealdad. La valoración del fenómeno estético se ha tornado más subjetiva, menos dirigida, afectando la manera individual de 'procesar' la

³³⁷ Museos, Fundaciones y Galerías de arte que desde los años 90 vienen acogiendo en sus espacios, exposiciones de trajes, dándonos el testimonio de su valor artístico. Citamos entre algunas de estas instituciones, la Julie Artisans' Gallery, en Nueva York, con su exposición permanente de Wearable Art, o 'Arte Usable' (mencionada en el Capítulo 5), el Museo del Traje, en Madrid, ya citado en este texto, (<<http://www.museodeltraje.mcu.es>>), el Museo del Traje y de la Moda, de Portugal (<<http://www.museudotraxe-ipmuseus.pt>>), el Museo del Textil y de la Indumentaria, de Barcelona (<<http://www.museutextil.bcn.es>>).

recepción de 'la estética'. Una vez liberados de una 'indicación previa de lo que es o no arte, de lo que se debe o no considerar bello o feo', la Postmodernidad nos ha posibilitado construir nuestra propia apreciación estética, sin las ataduras de esta percepción maniquea del Arte. Hemos comprobado, en los relatos, que la interacción del público callejero con la estética indumentar seguía este curso guiada por 'el sentimiento', no por dictámenes conceptuales. Arriesgaríamos afirmar que hay una coordinación entre socialización *vía la experiencia estética y percepción individual* y que es potencialmente viable en la medida en que el individuo se entrega a sus impulsos naturales, ignorando reglas y convenciones. En tal caso, es válido subrayar la importancia de la ética en coordinación con la estética (cf. Maffesoli), la identidad indumentar y la socialización.

Sin darse cuenta del valor ético-social de su trabajo, los creadores de la estética vestimentar, han colaborado para un cambio en el comportamiento de la población *soteroopolitana*, al introducirla en la vida cotidiana. Las implicaciones de estos cambios pueden ser verificables en el progreso del grado de tolerancia a lo inusual, a lo largo de algunos años, desde que la calle se ha vuelto el escenario de estas expresiones. Al principio, la relación entre estética y público era marcada por una postura reaccionaria y conflictiva, en ocasiones dadas. Volviendo a la cuestión del hábito, nos apercebimos que la regularidad con que este mismo público veía a estos creadores, ha influido de algún modo sobre su conducta, juicio y valores. Es lo que esta relación *pretérita y presente* (porque todavía está en las calles de la ciudad de Salvador), nos ha revelado.

El alcance de esta transformación es algo inimaginable, sobre el que es imposible ejercer cualquier tipo de control, porque opera en un plano subjetivo, afectando la vida personal de cada ciudadano y de sus relaciones familiar, afectiva y social. En este sentido aseveramos la inviabilidad de disociar estética de ética, ni tampoco despreciar el gran poder transformador de la primera sobre la segunda, en la vida privada y colectiva.

Su poder articulador oriundo de su naturaleza expresiva, comunicativa, está explícito en los discursos de varios autores que tratan de moda e indumentaria. P. Bollon, por ejemplo, ratifica esta noción en su *Moral de la máscara*, pero utiliza el vocablo 'apariencia' en sus observaciones sobre la 'indumentaria'. La define como un 'modo específico de funcionamiento de la apariencia, apoyado en la elaboración de imágenes y símbolos que surge como un *modo de expresión* más sensible y sutil, maleable, porque es permanentemente inacabado, por eso mismo *poético* y *profético*' (1993: 164). Bollon elige un elenco de términos propios del universo estético, como *imagen*, *símbolo*, *sensible*, *poético*, coordinados con el *modo de expresión*, evidenciando el trazo *sociable* de la Estética.

Todo y cualquier tipo de reacción a una fenómeno estético es una revelación de su rasgo comunicacional. En la mayoría de las situaciones, las repercusiones pueden ser previstas, en otras, programadas. Es posible manipular resultados en Arte, pero no es éste el objetivo de la estética indumentar. Cada uno de sus creadores tiene conciencia de que pueden despertar la atención de las personas con su apariencia, pero sin presumir cualquier tipo de respuesta. En la cita, Bollon (Id.) parece estar describiendo una suerte de respuestas que atribuiríamos como vinculadas a la estética vestimentar y a los sentimientos que ella es capaz de despertar en las personas: “la apariencia puede reflejar, traducir o simplemente vehicular ideas fuertes, agudas, complejas, sutiles, espantosas; [...] ella expresa o provoca, en ciertos casos, una revuelta radical, inédita, definitiva” (Id: 163). En la visión de M. Barnard, *la expresión individual es sólo una de las funciones comunicativas de la 'moda' de la indumentaria* (términos suyos) y ella se caracteriza básicamente por el uso de recursos plásticos y ornamentales. El propio autor lo reconoce, citando a Carlyle: “la finalidad primera de las ropas no era el abrigo, sino el ornamento” (1987: 30-1). Idea igualmente defendida por Albinoni, en el desarrollo de esta disertación, que demostró que el hombre primitivo no necesitaba de ellas, pues tenía las cuevas como cobijo. Barnard pone énfasis en la 'plasticidad' del vestido como el recurso único para alcanzar una apariencia diferenciadora e individual: “colores claros y contrastantes pueden reflejar ligereza de espíritu [...]. El contraste lineal [...] puede asimismo ser usado para reflejar un dinamismo interior” (2003: 92) y remata de manera concluyente que “(las) ropas pueden ser usadas para crear y expresar una singularidad individual” (Id: 93).

En cualquier contexto social, el traje será siempre un medio de comunicarse. El ambiente como hemos podido percibir durante nuestras observaciones de lo cotidiano en el centro de Salvador, es un agente determinante en la socialización. Primero porque es en *el universo extra doméstico* que el individuo gana autonomía y pasa a asumir plenamente su subjetividad que es neutralizada en el ámbito doméstico, por el grupo familiar, como bien registra Da Matta (1990). La calle, según este punto de vista, es el espacio por antonomasia, de las individualidades. Segundo, por la oportunidad que hemos tenido de observar esta interactividad en el propio medio de estudio, en compañía de algunos de nuestros entrevistados y en los relatos de otros.

Por otro lado, de la relación entre ambiente y estética, hemos verificado que la heterogeneidad del primero conferida por la convivencia de sus elementos fijos y móviles, no interfiere en la identificación de la estética vestimentar. Entre estos últimos, conviene destacar a cualquiera de los individuos, con todas las informaciones contenidas en su apariencia, asignadas por

la cosmética y la diversidad étnica local, como potenciales agentes de interposición en dicho proceso.

A partir de este planteamiento y de nuestras especulaciones originales, en que la coexistencia de influencias culturales externas, sumadas a la pluralidad de la cultura local, sería un factor sobresaliente en la receptividad de 'la estética', hemos indagado si era la presencia de elementos de la cultura en la estética vestimentar, lo que le otorgaba un carácter socializador. Nuestro razonamiento surgió de la idea de aproximación que la estética establece entre las personas (desarrollada en la tesis), según lo que indica la raíz da la palabra (*aísthesis*, emoción o sentir común), suponiendo que es este mismo sentimiento el que sostiene la vivencia y fruición de una cultura compartida por su colectividad. Significaría decir que la cultura ejerce un importante papel en la creación de eslabones afectivos o de solidaridad, entre miembros de una misma sociedad.

Sobre la relación entre cultura (su producto) y Estética, Maffesoli propone algo semejante cuando asevera que “las diversas modulaciones de la apariencia (moda, espectáculo político, teatralidad, publicidad, televisiones) forman un conjunto significativo que retrata muy bien una determinada sociedad. Es entonces cuando se ve la necesidad de una reflexión sobre la forma” (1996: 126-127). Barnard, la justifica apoyándose en la cuestión 'funcional', para afirmar que tanto moda como indumentaria son fenómenos culturales: “las distintas funciones comunicativas de la moda y de la indumentaria [...] son consistentes con la definición de moda e indumentaria como fenómenos culturales” (Id: 107).

Interrogantes como los que hemos planteado sobre la probable conexión entre la manera de percibir el Arte y la cultura y tantos otros, necesitarían de una implicación mayor de los entrevistados, nuestra principal fuente informante. Como “no hay reglas que puedan ser ofrecidas para obtener hipótesis avaladas, así como no hay reglas que puedan ser dadas para descubrir problemas significativos” (Moreira, 2002: 07), hemos deducido que los trazos culturales pueden influir efectivamente en la receptividad positiva o negativa de la estética vestimentar. No obstante, vale la observación de que 'es en el arreglo o disposición de estos elementos' donde reside la problemática de su aceptación pública. Hemos comprendido que el alejamiento de lo que 'todos' entendemos por una apariencia usual (léase, vestido o la cosmética en su conjunto), puede despertar una reacción de rechazo. A esta actitud están relacionadas dos variables, una, muestra que el hábito ejerce una influencia sobre la receptividad de todo lo que el sentido común conciba por no convencional, excéntrico. Otra, apunta el nivel educacional de cada uno de los receptores como un factor

determinante en la aceptación de la estética indumentar. Nuestras observaciones nos han llevado a concluir sobre este último caso, que la 'tolerancia' a la distinción, a lo inusual, es superada con el hábito, o en otras palabras, que el factor presencial es decisivo en el proceso de tergiversación de esta tolerancia.

Las entrevistas nos han indicado, además, haber una correspondencia entre la formación educacional (casi siempre identificada con la estratificación social) y el ambiente. Algunos entrevistados percibieron diferentes respuestas a su apariencia en función del lugar por donde circularon, y estas diferencias coincidían con los distintos espacios y clases sociales. (Aunque no de forma tan determinante, el grado de instrucción en la gran mayoría de los casos, está subordinado a un estamento social dado.). La mirada y las observaciones sobre su indumentaria mostraban una vez más, que los efectos socializadores de la estética indumentar estaban supeditados a esta variable.

La identidad cosmética cuando está públicamente sedimentada, pasa a ser la imagen con la que el individuo es reconocido, lo que representa para él, la pérdida de su identidad como persona 'común'. Esto suele ocurrir cuando hay una transformación expresiva en la apariencia y que la afecta sobremodo. Entonces, al despojarse de todo su aparato cosmético – ornamentos, peinados, maquillaje y de su atuendo – él recupera su identidad 'común' pero, en cambio, no logra ser socialmente reconocido y como consecuencia, pierde popularidad.

Situaciones como ésta demuestran la fragilidad de la apariencia natural en contraposición a la solidez que la apariencia concebida plásticamente ofrece como 'afirmación de una identidad' públicamente construida.

Lo que indican las respuestas del público a la estética vestimentar como ejemplo de 'esta identidad conquistada', es que la distinción alcanzada con originalidad, es el factor primordial en el desarrollo de la comunicación. Hemos hecho hincapié en que la estética es factor de socialización, concluyendo que es la individuación cosmética la vía esencial a su consumación y que para obtenerla es necesario enfrentarse a una 'normativa indumentar', 'al colectivo establecido'.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA:

Libros, catálogos:

- AA.VV. *Moda: una historia desde el siglo XVIII al siglo XX*. Taschen Benedikt, Köln: 2003.
- ARGAN, Giulio Carlo. *Arte moderna: do iluminismo aos movimentos contemporâneos*. Companhia das Letras, São Paulo: 1992.
- ARRUDA, Ângela (org.). *Representando a alteridade*. Vozes, Petrópolis: 1998.
- AUGÉ, Marc. *Não lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Papirus, Campinas: 1994.
- AZCONA, Jesús. *Para comprender la antropología*. Verbo Divino, Estella: 1991.
- BACHELARD, Gaston. *El aire y los sueños. Ensayo sobre la imaginación del movimiento*. Fondo de Cultura Económica, México: 1986.
- _____. *A poética do espaço*. Martins Fontes, São Paulo: 1996.
- BARNARD, Malcolm. *Moda e comunicação*. Rocco, Rio de Janeiro: 2003.
- BAUDELAIRE, Charles. *O pintor da vida moderna*. Vega, Lisboa: 1993.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Edições 70, Lisboa: 1995.
- BERGER, John. *Modos de ver*. Edições 70, Lisboa: 1987.
- BERTOLA, Helena de. *El arte cinético. El movimiento y la transformación, análisis perceptivo y funcional*. Nueva Visión, Buenos Aires: 1973.
- BOCOLA, Sandro. *El arte de la modernidad. Estructura dinámica de su evolución de Goya a Beuys*. Ediciones del Serbal, Barcelona: 1994.
- BOLLON, Patrice. *A moral da máscara – merveilleux, zazous, dândis, punks, etc*. Rocco, Rio de Janeiro: 1993.
- BOURDIEU, Pierre. Bourdieu. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus, Madrid: 1998.
- CABANNE, Pierre. *Conversaciones con Marcel Duchamp*. Anagrama, Barcelona: 1984.
- CAILLOIS, Roger. *El hombre y lo sagrado*. Fondo de Cultura Económica, México: 1942.
- CALDERARO, José D. *La dimensión estética del hombre. Ensayo psicológico sobre el arte*. Paidós, Buenos Aires: 1961.
- CALEFATO, Patricia. *Moda y cine*. Instituto de estudios de moda y comunicación, Valencia: 2003.
- CANCLINI, Nestor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. EDUSP,

- São Paulo: 1997. p. 246.
- CASSIRER, Ernst. *Antropologia cultural*. Fondo de Cultura Económica, México: 1945.
- COCHOFEL, João José. *Iniciação estética*. Publicações Europa-América, Lisboa: 1964. pp. 42-43.
- CONNOR, Steven. *Cultura postmoderna: introducción a las teorías de la contemporaneidad*. Akal, Madrid: 1996.
- COUTO, Edvaldo S. *O homem satélite: estética e mutações do corpo na sociedade tecnológica*. UNIJUÍ, Rio Grande do Sul: 2000.
- CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. EDUSC, Bauru: 2002.
- Da MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. Guanabara Koogan, Rio de Janeiro: 1990.
- DAVIES, P. C. W. *El espacio y el tiempo en el universo contemporáneo*. Fondo de Cultura Económica, México: 1982.
- de CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano*. Vozes, Rio de Janeiro: 1995
- DELEUZE, Gilles. *La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1*. Paidós, Barcelona: 1994.
- DE VICENTE, Alfonso. *El arte de la postmodernidad. Todo vale*. Ediciones del Drac, Barcelona: 1989.
- DEWEY, John. *El arte como experiencia*. Fondo de Cultura Económica, México: 1949.
- DRUMMOND de ANDRADE, Carlos. *Sentimento do mundo*. Record, Rio de Janeiro: 1995.
- DURKHEIM, Émile. *As formas elementares da vida religiosa*. Martins Fontes, São Paulo: 1996.
- ECO, Umberto. *Viagem na irrealidade cotidiana*. Nova Fronteira, Rio de Janeiro: 1984.
- _____. *Como se hace una tesis*. Gedisa, Barcelona: 2000.
- _____. *Apocalípticos e integrados*. Perspectiva, São Paulo: 1993.
- _____. *A definição de arte*. Edições 70, Lisboa: 2000.
- ELÍADE, Mircea. *O sagrado e o profano: a essência das religiões*. Livros do Brasil, Lisboa: s/d.
- ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Zahar, Rio de Janeiro: 1994.
- FAHR-BECKER. *El modernismo*. Taschen, Alemanha: 1996.
- FAUX, Dorothy S. et alii. *Beleza do século*. Cosac & Naify, São Paulo: 2000.
- FLÜGUEL, J. C. *A psicologia das roupas*. Mestre Jou, São Paulo: 1966.
- Fluxus y fluxfilms: 1962 – 2002. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, Madrid: 2002.
- FERNÁNDEZ ARENAS, José (coord.). *Arte efímero y espacio estético*. Anthropos, Barcelona: 1988.
- FRIEDRICH BOLLNOW, Otto. *Hombre y espacio*. Labor, Barcelona: 1969.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. LTC, Rio de Janeiro: 1989.

- GLUSBERG, Jorge. *A arte da performance*. Perspectiva, São Paulo: 1987.
- GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Vozes, Petrópolis: 1985.
- GUASCH, Ana Maria. *Los manifiestos del arte moderno: texto de exposiciones, 1980 – 1995*. Akal, Madrid: 2000.
- Guia del Museo del Traje. Madrid: 2006.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. DP & A, Rio de Janeiro: 1999.
- HAUSER, Arnold. *História social da literatura e da arte*. Mestre Jou, São Paulo: 1972, v. 2. p. 38.
- HERBERT, Barry. *German Expressionism. Die Brücke and Der Blaue Reiter*. Jupiter Books, Londres: 1983.
- HOLLANDER, Anne. *O sexo e as roupas*. Rocco, Rio de Janeiro: 1996.
- HUIZINGA, Johan. *Homo ludens*. Perspectiva, São Paulo: 2000.
- Instituto de la indumentaria de Kioto. MODA. Desde el siglo XVIII al siglo XX. Taschen, Barcelona: 2004.
- José Gutiérrez Solana. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Turner, Madrid: 2004.
- JUSTINO, Maria José. *Seja marginal, seja herói: modernidade e pós-modernidade em Hélio Oiticica*. Ed. de la UFPR, Curitiba: 1998.
- KÖHLER, Carl. *Historia do vestuário*. Martins Fontes, São Paulo: 1993.
- KNAPP, Mark L. *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Paidós, Barcelona: 1982.
- LAHNERT, Gertrud. *Historia de la moda*. Könemann, Barcelona: 2000.
- LAVER, James. *A roupa e a moda: uma história concisa*. Companhia das Letras, São Paulo: 1989.
- LÉGER, Fernand. *Funciones de la pintura*. Paidós, Barcelona: 1990.
- LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. Companhia das Letras, São Paulo: 1989.
- LIPPINCOTT, Kristen. *El tiempo a través del tiempo*. Grijalbo Mondadori, Barcelona: 2000.
- LOPES, Maria Immacolata V. *Pesquisa em comunicação. Formulação de um modelo metodológico*. Edições Loyola, São Paulo: 1990.
- LORENZ, Ulrike. *Otto Dix*. Fundación Juan March, Madrid: 2006.
- LURIE, Alison. *A linguagem das roupas*. Rocco, Rio de Janeiro: 1997.
- Lygia Clark. Rio de Janeiro, FUNARTE: 1980.
- LYON, David. *Postmodernidad*. Alianza, Madrid: 1996.
- MAFFESOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Vozes, Rio de Janeiro: 1996.

- _____. *O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa*. Forense-Universitária, Rio de Janeiro: 1987.
- MARANHÃO, Jorge. *A arte da publicidade: estética, crítica y kitsch*. Papirus, Campinas: 1988.
- MARCHAN FIZ, Simón. *Del arte objetual al arte del concepto (1960-1974): epílogo sobre la sensibilidad "postmoderna". Antología de escritos y manifiestos*. Akal, Madrid: 1ª ed. 1986.
- MARELIM VIANA, Heraldo. *Pesquisa em educação – a observação*. Plano, Brasília: 2003.
- Max Beckmann. Fundación Juan March, Madrid: 1997.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. *Fenomenología de la percepción*. Península, Barcelona: 1975.
- MOREIRA, Daniel A. *O método fenomenológico na pesquisa*. Pioneira-Thomson, São Paulo: 2002.
- OITICICA, Hélio. *Aspiro ao grande labirinto*. Rocco, Rio de Janeiro: 1986.
- ORTIZ, Renato. *Cultura brasileira & identidade nacional*. Brasiliense, São Paulo: 2003.
- Otto Dix. Metrópolis. Fondation Maeght, Saint-Paul: 1998.
- OTTINGER, Didier y RAINBIRD, Sean. *Max Beckmann*. The Museum of Modern Art, Nueva York: 2003.
- PALOMINO, Érika. *A moda*. Publifolha, São Paulo: 2002.
- PARDO, José Luis. *Sobre los espacios. pintar, escribir, pensar*. Ediciones del Serbal, Barcelona: 1991.
- PAREYSON, Luigi. *Os problemas da estética*. Martins Fontes, São Paulo: 1984.
- QUINTANA, Mario. *Porta giratória*. São Paulo, Globo: 1988
- SÁNCHEZ, José A (ed.). *La escena moderna: manifiestos y textos sobre teatro de la época de las vanguardias*. Akal, Madrid: 1999.
- SHONE, Richard. *The art of Bloomsbury. Roger Fry, Vanessa Bell and Duncan Grant*. Tate Gallery, Londres: 1999.
- _____. *Bloomsbury portraits. Vanessa Bell, Duncan Grant and their circle*. Phaidon, Londres: 1993.
- SCHRADER, Ludwig. *Sensación y sinestesia*. Gredos, Madrid: 1975.
- SERRA, Ordep. *Rumores de festa: o sagrado e o profano na Bahía*. EDUFBA, Salvador: 1999.
- SIMMEL, Georg. *Sociología. Estudios sobre las formas de socialización*. Espasa-Calpe, Buenos Aires: 1939.
- TEJEDOR CAMPOMANES, César. *Introducción a la filosofía*. Ed. SM, Madrid: 1987.
- THIOLLENT, Michel. *Metodologia da pesquisa-ação*. Cortez, São Paulo: 1988.

TONO MARTÍNEZ, José. *La polémica de la postmodernidad*. Ediciones Libertarias, Madrid: 1986.

VELASCO, H. M. (org.). *Tiempo de fiesta*. Tres-catorce-dieciséte, Madrid: 1982.

WELSCH, Wolfgang. *Unsere postmoderne moderne*. Weinheim, Acta Humaniora: 1987.

WILSON, Elizabeth. *Enfeitada de sonhos*. Edições 70, Lisboa: 1985.

ZÍLIO, Carlos. *O nacional e o popular na cultura brasileira – artes plásticas e literatura*. Brasiliense, São Paulo: 1982.

Artículos de periódicos y revistas:

AA.VV. “Saída paralela: ganha força a tendência das ovelhas negras”, en *Veja*. São Paulo: 02 sept 1987. pp. 24-30.

BAUDELAIRE, Charles. “Las multitudes”, en *El spleen de Paris*. Fondo de Cultura Económica, Argentina: 2000. p. 95.

BAUDRILLARD, Jean: “A verdade oblíqua” en *Época, a moderna revista semanal de informação*, nº 264. São Paulo: jun 2003. pp. 36-37.

BECKWITH, Carol: “Wodaabe, los nómadas de Níger”, en *National Geographic España*, edición especial: África, pueblos y culturas ancestrales. España: 2002. pp. 62-89.

BIÃO, Armindo: “Etnocologia, uma introdução”, en BIÃO, Armindo & GREINER, C. (orgs.) *Etnocologia, textos seleccionados*. Annablume, São Paulo: 1999. pp.15-20.

CHAMON, Carla Simone: “O Tejuco faz a festa. Festejo cívico no arraial do Tejuco em 1815”, en JANCSÓ István y KANTOR, Íris, (orgs.). *Festa: cultura e sociabilidade na América portuguesa*, vol II. Hucitec/FAPESP/Imprensa Oficial, São Paulo: 2001. p. 598.

del SOLE, Orietta: “Arte que se pode vestir”, en *A Tarde*, v. 7. Moda, cultura e comunicação (Suplemento). Fundação Demócrito Rocha. Salvador: feb. 1995. p. 3.

FISHER, Angela y BECKWITH, Carol: “Los expresivos surma de Etiópia”, en *National Geographic España*, edición especial: África, pueblos y culturas ancestrales, 2002. p. 38-61.

_____. “Masai: paso a la edad adulta”, en *National Geographic España*, edición especial: África, pueblos y culturas ancestrales. España: 2002. pp. 90-103.

GRYZINSKI, Vilma: “Isso é coisa de museu”, en *Veja*, año 37, nº 36, São Paulo : 22 sept. 2004. pp. 120 – 121.

GUARINELLO, Norberto Luiz: “Festa, trabalho e cotidiano”, en JANCSÓ István y KANTOR, Íris, (orgs.). *Festa: cultura e sociabilidade na América portuguesa*, vol II, Hucitec/FAPESP/Imprensa Oficial, São Paulo: 2001. pp. 969-975.

HERRÁNZ, Marisa: “La pasarela es un espectáculo estético”, en *Lápiz. Revista Internacional de Arte*. Año XXII. n.º 197. Madrid: nov. 2003. p. 57.

MAUSS, Marcel. “Uma categoria do espírito humano: a noção de pessoa, a noção do Eu”, en *Sociologia e antropologia*. Editora Pedagógica e Universidade Ltda./Editora de la USP, São Paulo: 1974.

MOTTA MAIA, Adinoel: “Desburocratização quer brasileiro sem gravata e paletó”, en *A Tarde*, Caderno 2. Salvador: 27 enero 1981. p. 6.

_____ : “A roupa que nos despe”, en *A Tarde*, Caderno 2. Salvador: 14 abr 1991. p. 5.

MOURA, Mônica: “Artes e moda”, en *A Tarde*, v. 4. Moda, cultura e comunicação. (Suplemento). Fundação Demócrito Rocha. Salvador : ene 1995. pp. 4-5.

MENDONÇA, Martha y FERNANDES, Nelito: “Eu também sou normal”, en *Época, a moderna revista semanal de informação*, n.º 364/9. São Paulo: 09 de mayo de 2005. p.116-121.

PITOMBO, Renata: “Vestuário encena: a dimensão espetacular da indumentária”, en CABEDA, S. T. L. et alii (orgs.), *O corpo ainda é pouco: seminário sobre a contemporaneidade*. NUC/UEFS, Feira de Santana: 2000. pp. 42-48.

PRADIER, Jean-Marie: “Etnocénologia: a carne do espírito” (Traducción de Armino Bião), en *Repertório teatro & dança*, v. 1, n.º 1. Universidad Federal de Bahía, Programa de postgrado en artes escénicas. Salvador: 1998. pp. 9-21.

VILAS, Juliana. “Penélopes charmosas – mulheres aderem ao *tunning*, mania de incrementar carros”, en *Isto é*, n.º 1851. São Paulo: 06-13 abril de 2005. p. 67.

Diccionarios, Enciclopedias:

AGUILERA CERNI, Vicente (Dirigido por). *Diccionario del Arte Moderno: conceptos, ideas, tendencias*. Biblioteca Valenciana, Valencia: 1986.

BLUMMER, H. G.. “Moda”, en SILLS, D. L.(org.). *Enciclopedia Internacional de las ciencias sociales*, vol. 7, Aguilar, Madrid: 1975.

BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio. *Novo Aurélio Século XXI. O dicionário da língua portuguesa*. Nova Fronteira, Rio de Janeiro: 1999.

CHEVALIER, Jean y GHEERBRANT, Alain. *Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números*. José Olympio, Rio de Janeiro: 1994.

O'HARA, Georgina. *Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 80*. Companhia das Letras, São Paulo: 1992.

_____. *Diccionario de la moda y de los diseñadores*. Ediciones Destino/Thames and Hudson, Barcelona: 1999.

REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española* [En línea]. Real Academia de la Lengua Española, 22ª Ed.. Madrid: 2003.

SALVAT LÉXICO. *Diccionario de la lengua*. Barcelona: 1991.

<<http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>>.

<<http://www.wordreference.com/es/index.htm>>

<<http://oesi.cervantes.es/traduccionAutomatica.html>>

<<http://www.brockhaus.de/enzyklopaedie/digital/index.php>>

Documentos electrónicos.

(Artículos:)

ALBERGARÍA, Roberto. A Bahía é uma fábula. Entrevista concedida a Cleidiana Ramos. Disponible en la web: <<http://br.groups.yahoo.com/group/bibliografia/message/195>> [Acceso en: 03 nov 2004]

ALVIS G., Karim, CRUZ L., Yenn y PACHECO C., Claudia. Propuesta de un instrumento de evaluación de la propiocepción en adultos. *Revista Digital*, año 8, n° 48. Buenos Aires: mayo de 2002. Disponible en la web: <<http://www.efdeportes.com/efd48/propioic.htm>> [Acceso en: 28.dic.2003]

AMADO, Janaína. Diogo Álvares, o Caramuru e a fundação mítica do Brasil. Disponible en la web: <<http://www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/282.pdf>> [Acceso en: 11 nov 2006]

AMARAL, Rita. Festa à brasileira: sentidos do festejar no país que “não é sério”. Disponible en la web: <<http://www.aguaforte.com/antropologia/festaabrasileira/festa.html>>. [Acceso en: 13 ago 2006]

CASTRO OLTARMARI, Leandro. Contribuciones de la Fenomenología de Alfred Schütz para las pesquisas sobre la SIDA: consideraciones epistemológicas y metodológicas. Interthesis. *Revista Internacional Interdisciplinar*. V 2, n° 2. Florianópolis: jul-dic de 2005. Disponible en la web: <<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/interthesis/article/view/726/576>> [Acceso en: 07 mayo 2006]

CHALAYAN, Hussein. Disponible en la web: <<http://www.husseinchalayan.com/artprojects.php>> [Acceso en: 01 mayo 2008].

- d' ALMEIDA, Tarcísio. "O grito íntimo das ruas", en Pós- modernidade, política e educação. *Folha de São Paulo*, Caderno de cultura. [Ref. de 03 oct 2004]. Disponible en la web: <<http://www.angelfire.com/sk/holgonsi/cultura.htm>> [Acceso en: 12 oct 2005]
- de ALMEIDA JUNIOR, Armando Ferreira. *A contracultura ontem e hoje*. Disponible en la web: <<http://minerva.ufpel.edu.br/~castro/contracu.htm>> [Acceso en: 05 mar 2006]
- F. MOTTA, Paulo A. A reflexão estética sobre a arte. Universidade Federal de Juiz de Fora. 1º semestre de 2005. Disponible en la web: <http://www.artnet.com.br/~pmotta/filo_estetica_cap_2.rtf> [Acceso en: 11 sept 2005].
- GUIMARÃES Jr., Mario José Lopes. A cibercultura e o surgimento de novas formas de sociabilidade. Disponible en la web: <<http://www.cfh.ufsc.br/~guima/ciber.html>> [Acceso en: 14. mayo 2005]
- GUTIÉRREZ RODRÍGUEZ, Amanda. Kinestesia. Disponible en la web: <<http://www.psicopedagogia.com/definicion/kinestesia>> [Acceso en: 26.jul. 2006] kgomez@bacata.usc.unal.edu.co
- HERRÁNZ CASTILLO, Teodoro. Psicodramas/Modos de pensar la psicoterapia desde una epistemología en cambio. Disponible en la web: <http://www.psicodrama.es/articulos/articulo_psicodramat2.php> [Acceso en: 17 sept 2006]
- KARIM ALVIS, G., YENNY CRUZ, L., y PACHECO, Claudia. Propuesta de un instrumento de evaluación de la propiocepción en adultos. *Revista Digital*, año 8, nº 48. Buenos Aires: mayo de 2002. Disponible en la web: <<http://www.efdeportes.com/efd48/propioc.htm>> [Acceso en: 28.dic .2003]
- LEOPARDI, Giácomo. Dialogo della moda e della morte en Le Operette Morali. Disponible en la web: <http://www.leopardi.it/operette_morali03.php> [Acceso en: 02 jul 2006].
- LOZANO, Jorge. Modas: diseñar el tiempo. *Revista de Occidente* (290), pp. 107-115. Disponible en la web: <[http://www.ortegaygasset.edu/revistadeoccidente/articulos/\(290\)](http://www.ortegaygasset.edu/revistadeoccidente/articulos/(290))> [Acceso en: 06 sept 2005]
- MONTEIRO, Juliana, FERREIRA, Luzia G. y FREITAS, Joseania M. As roupas de crioula no século XIX e o traje de beca na contemporaneidade: símbolos de identidade e memória. *Mneme – Revista de Humanidades*. [Dossiê Cultura, Tradição e Patrimônio Imaterial, org. Helder Alexandre Macedo] Caicó (RN), v. 7, nº 18, oct-nov 2005. pp. 395-414. Bimestral. Disponible en la web: <<http://www.cerescaico.ufrn.br/mneme/resumo.php?atual=182&edicao=18>> [Acceso en: 17 ago 2007].
- MÜLER, Enrique. Disponible en la web: <<http://servicios.diariosur.es/pg040610/prensa/noticias/Soci>

- [edad/200>406/10/SUR-SOC-223.html](#)> [Acceso en: 17.ago. 2005]
- MUÑOZ CARRIÓN, António. Comunicación corporal – kinésica, proxémica. Universidad Complutense de Madrid, s. d. Disponible en la web: <http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/C/comunicacion_corporal.pdf> [Acceso en: 17 feb 2006]
- NAVARRO LABOULAIS, Cristina <cnavarro@idm.upv.es>. "Vestimentar" [en línea]. 01.oct. 2008. Mensaje electrónico enviado en respuesta a la consulta de Isabel Catarina Suzart Argolo sobre el uso del término "vestimentar", en castellano.
- N. FERNANDES, Néelson. La ciudad y la fiesta. Orígenes, desarrollo y significado de las 'Escolas de Samba' de Río de Janeiro (1928 – 1941). *Scripta Nova: Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Universidad de Barcelona, nº 24, 1 de julio de 1998. <<http://www.ub.es/geo/crit/sn-24.htm>> [Acceso en: 01 jul 2002]
- NIESTZSCHE, Friedrich. La visión dionisiaca del mundo. U – ABC TEORÍA. Disponible en la web: <<http://tijuana-artes.blogspot.com/index.html>> [Acceso en: 09 sept 2006].
- PILLER, Frank. Personalization / (Mass) Customization versus Personalization. Disponible en la web: <<http://www.cyLEDGE.com>> [Acceso en: 02. jul 2006]
- PINEDA REYES, Rafael. Postmodernidad: retrato en blanco y negro. Disponible en la web: <<http://www.monografias.com/trabajos10/pomo/pomo.shtml>> [Acceso en: 06 jul 2005]
- POLHEMUS, Ted. Disponible en las webs: <http://www.tedpolhemus.com/main_tedpolhemus.html> y <<http://www.angelfire.com>> [Acceso en: 12 oct .2005]
- PRIETO, Antonio. La traducción transfronteriza de la performance. Disponible en la web: < <http://hemi.ps.tsoa.nyu.edu/eng/seminar/peru/call/workgroup/perftheraprieto.shtml>> [Acceso en: 30 oct 2005]
- RIZO GARCÍA, Martha (2005). La Intersubjetividad como Eje Conceptual para pensar la Relación entre Comunicación, Subjetividad y Ciudad. *Razón y palabra*, n. 47, oct-nov 2005. Disponible en la web: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n47/mrizo.html#au>>. [Acceso en: 21 ago 2006].
- SANGUINETI, Susana: El celebrante, estudio sobre comunicaciones interpersonales, algunos aspectos. *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 39, de marzo de 2001, La Laguna (Tenerife). Disponible en la web: <<http://www.ull.es/publicaciones/latina39mar/112susana3>> [Acceso en: 01 jul 2002]
- SOUZA, Débora de Paula. A guardiã do mundo © 1999-2000. Editora Globo. Disponible en la web:

- <http://marieclaire.globo.com/edic/ed102/report_jardelina1.htm> [Acceso en: 04 sept de 2005].
- TEIXEIRA, Cid. Disponible en la web: <<http://www.cidteixeira.com.br/Template.asp>> [Acceso en: 09 nov 2006]
- TORRES, Heloísa. Alguns aspectos da indumentária da crioula baiana. *Cadernos Pagu*, jul-dic 2004, n° 23, pp. 413-467. Disponible en la web: <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n23/n23a15.pdf>> [Acceso en: 09 mayo 2005]
- VARELLA, Flávia: Vitrine global. A criatividade e o impacto da alta-costura servem para chamar atenção do mundo e legitimar os preços do mercado de luxo, en *Veja*, Edición especial. São Paulo: mayo de 2005. Disponible en la web: <http://veja.abril.com.br/especiais/estilo_2005/p_04_0.html> [Acceso en: 02 jul 2007]
- WILKIS, Ariel y BERGER, Matias (2005). La relación individuo-sociedad: una aproximación desde la Sociología de Georg Simmel. *Athenea Digital*, n° 7, pp. 77-86. Disponible en la web: <<http://antalya.uab.es/athenea/num7/wilkis.pdf>>. [Acceso en: 21 ago 2006]

(Páginas web:)

- <http://www.larousse.fr/ref/contrib/Aime-Cesaire_11001000.htm> [Acceso en: 07 jun 2004].
- <http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=34325&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html> [Acceso en: 07 jun 2005]
- <<http://www.dandyism.net/index.php>> [Acceso en: 12 sept 2005]
- <<http://www.portaldearte.cl/agenda/instalacion/2005/dandy.htm>> [Acceso en: 14 nov 2005]
- <<http://site123.mysite4now.com/alvaro/moreno/accion/prog2004.htm>> [Acceso en: 08 oct de 2006]
- <<http://www.jangadabrasil.com.br/marco43/pa43030b.htm>> [Acceso en: 17 ago 2007]
- <http://www.carlosbyington.com.br/es_home.html> [Acceso en: 20 mayo 2008]
- <<http://www.cnfcp.com.br/tesauro/00000802.htm>> [Acceso en: 04 jun 2008]
- <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Fil%C3%A1>> [Acceso en: 04 jun 2008].
- <<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0.MUL583126-5606.00EXPOSICAO+PERMITE+VER+PEGAR+OU+VIR+CHEIRAR+E+ATE+COMER+OBRAS+DE+ARTE.html>> [Acceso en: 20 mayo 2008]
- <<http://g1.globo.com/Noticias/0GF58580-5606.00.html>> [Acceso en: 20 mayo 2008]

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura 1a -	Ciudad baja. Ascensor Lacerda.	p. 65
Figura 1b -	El Ayuntamiento, finca en arcos, visto de la Ciudad Baja.	p. 65
Figura 2 -	Laguna del <i>Abaeté</i> .	p. 65
Figura 3 -	Cuesta del Pelourinho, Centro Histórico de Salvador.	p. 65
Figura 4 -	Finca comercial proyectada por Fernando Peixoto. Torres CEMPRE (Centro Empresarial Previnor), proyecto de Fernando Peixoto, (1994). Fincas residenciales del mismo arquitecto.	p. 66
Figura 5a -	Enrejado del terrero de <i>candomblé</i> "Casa Branca", situado en el Av. Vasco <i>da Gama</i> . Obra del artista plástico baiano Bel Borba (2003).	p. 67
Figura 5b -	Enrejados del artista porteño Carybé: Plaza del Campo Grande y Museo de Arte Moderno de Bahía.	p. 68
Figura 6a -	Aseo público. Pintura en graffiti realizada por un popular.	p. 68
Figura 6b -	Panel en graffiti de autoría anónima, Plaza Cayru, Ciudad Baja.	p. 69
Figura 6c -	Panel en graffiti en la fachada de una fábrica de embalajes.	p. 69
Figura 6d -	Grffiti en rampas de skate, con temas y autores anónimos variados.	p. 69
Figura 6e -	Cartel publicitario, composición abstraccionista, en azulejos, realizada por un anónimo.	p. 70
Figura 6f -	Grffiti de autor(es) anónimos y temas diversificados, en un antiguo almacén. Avenida Frederico Pontes, Comércio, Ciudad Baja.	p. 70
Figura 6g -	Panel en <i>mosaico</i> , del artista Antonello Labbate, en homenaje al día del descubrimiento de la Bahía <i>de Todos os Santos</i> .	p. 71
Figura 6h -	Mosaico 'monocromático', representando la figura de la baiana (con un niño), en su 'postura' y traje típicos.	p. 71
Figura 6i -	Panel inspirado en la técnica del mosaico, firmado por Paulo Mello, en que representa uno de los deidades africanas, <i>Xangô</i> , el dios de los rayos y truenos.	p. 71
Figura 6j -	Intervención en el espacio público. Piezas en mosaicos, inspiradas en meñires, incrustadas en las piedras de una playa de la ciudad. Destaque para la figura de la baiana, a la sombra del árbol nativo, 'el cocotero'.	p. 72
Figura 7a	Esquema del traje típico de la baiana.	p. 73
Figura 7b -	Baianas en su tradicional traje blanco, en la fiesta del <i>Dois de julho</i> . •Detalle de los adornos de las baianas. •Símbolos de la religiosidad de las baianas: tiras del Señor de Bomfim de Bahía, jarrón con agua de azahar,	p. 74

usada para 'limpiar' el ambiente y proteger las personas; collar de conchas y de abalorios en los colores de *Yemanjá*, entidad de las aguas saladas a la excepción de las pulseras, que son un recordatorio del pasado esclavista de sus ancestrales africanos. Pormenor del traje y adornos.

- Figura 8 - La diversidad cosmética de la ciudad de Salvador, donde se observa p. 75
fuerte influencia de la indumentaria y elementos de la cultura africana.
- Figura 9 - Predominio del blanco en los trajes de hombres y mujeres, en la fiesta de p. 76
Yemanjá. • Celebrantes, padre e hijo, en la fiesta de carnaval.
- Figura 10 - Personalización de peinados y carritos de café. p. 76
- Figura 11 - Fiesta en homenaje a la diosa de las aguas saladas, *Yemanjá*, ejemplar p. 77
de evento religioso playero.
- Figura 12 - Aspectos de la sensorialidad de los 'lavajes', en las fiestas religiosas p. 77
presente en la plasticidad de elementos simbólicos, vestuarios, cantos, bailes, música, flores y 'agua de olor'.
- Figura 13a - Los 'lavajes' son fiestas religiosas en que la 'sensorialidad' es vivida en p. 77
todos sus momentos: en su rica plasticidad de elementos simbólicos, en los vestuarios, cantos, bailes y música de alabanza a la(s) entidad(es) homenajeada(s), en el olor de las flores que le son ofertadas y en el 'agua de olor', como suele ser llamada el agua de flor de azahar que los devotos transportan en los jarrones.
- Figura 13b - Flores y presentes para la 'sirena' *Yemanjá*, diosa de las aguas saladas. p. 78
- Figura 14 - Vendedora de *acarajé* en uno de los varios puntos de venda de la ciudad, p. 78
tradicionalmente vestida con el traje de baiana.
- Figura 15 - Carritos 'musicales' de café. p. 118
- Figura 16 - Pancarta en que revela el espíritu juguetón y creativo del brasileño. p. 118
- Figura 17 - Escaparate de lencería 'sobre ruedas'. p. 118
- Figura 18 - Pancarta "Abarajé" y Faro de *Itapuã*, un de las tarjetas postales de la p. 118
ciudad.
- Figura 19 - Panel en pintura, de la fachada de una zumería de un barrio popular de p. 119
Salvador.
- Figura 20a - Vendedor de tarjetas de teléfono: tablero de mercancía transformado en p. 119
pieza de vestuario.
- Figura 20b - Mexicanas, vendedoras de zapatos. Mercancía como 'adorno' para la p. 119
cabeza.
- Figura 21a - Georges Brummel (1778-1840), el 'mentor' de la imagen del dandi. p. 129
- Figura 21b - Ejemplos máximos del dandismo. En la secuencia: Jules Barbey p. 130
d'Aureville retratado por Émile Lévy, en 1882; El conde Robert de

- Montesquiou, retratado por Giovanni Boldini, en 1897; y Tom Wolfe, periodista estadounidense (foto).
- Figura 22 - Punkis p. 137
- Figura 23 - Mods p. 137
- Figura 24 - Cyberpunkis p. 137
- Figura 25 - Gótico p. 137
- Figura 26 - Wearable Art (Arte usable) p. 138
- Figura 27 - Grupo Bloomsbury: *Malabarista y equilibrista* (hacia 1918) y *Vanessa Bell encinta* (1918), por Duncan Grant; *Iris Tree con sombrero* (1915), por Roger Fry; *Amenophis* (1913), detalle de tela de Duncan Grant. p. 138
- Figura 28 - Seurat, *Tarde de domingo en la isla de Grande Jatte* (1884-86); Edward Munch, *Tarde en la calle Karl Johan* (1892); Ernst Kirchner, *La calle y Cinco mujeres en la calle*, ambos de 1913 y *Calle con buscona de rojo o Escena callejera berlinesa* (1914-25); Giovanni Boldini, *Retrato de la señora Howard Johnston* (1906), *Cruzando la calle* (1875) y *La española del Moulin Rouge* (1899). p. 146
- Figura 29 - Macke: *Calle comercial con soportales, Tienda de modas*, ambas de 1913; José Gutiérrez Solana: *La vitrina* (1910); Macke, *Figuras en el parque*, (1913); Otto Dix: *A la belleza*, (1922); Max Beckmann: *El pececillo* (o *Bañistas*), 1933; Otto Dix: *Anita Berber* (1922); Retrato de la danzarina Anita Berber (s/a, s/f); Otto Dix: *Señora con visión y velo* (1920) y *Retrato de la periodista Sylvia von Harden* (1926). p. 147
- Figura 30 - Duncan Grant: *Retrato de Lydia Popova* (1923) inspirado en la obra de Ingres, *Mademoiselle Rivière*, de 1805, y *Virginia Woolf* (1911); Ensor, *Autorretrato con sombrero florido* (1883); Picasso: *Retrato de Olga Khokhlova en un sillón* (1918); *Retrato de Benedetta Canals* (1905); *Olga en una mantilla* (1917); *Mujer con mantilla (La salchichona)*, 1917; Juan Caldera: *Esperando al galán*, 1946 y *Mantilla*, 1918; Ignacio Zuloaga: *Toreros de pueblo*, (1906) y *Las tres manolas*, 1909; Pierre Verger: *Granada*, 1935. p. 153
- Figura 31a - En la secuencia: José Gutiérrez Solana, *¿El lechuga y su cuadrilla*, (1915-17); Fotos de Pierre Verger: *Doña Maria Bibiana do Espírito Santo, madre señora del Axé Opô Afonjá**, s/f y *Carnaval, gremio de la embajada mexicana* (1951). *Terrero de candomblé más antiguo de Salvador, Brasil. p. 154
- Figura 31b - Ouka Leele: *Hombre con ventiladores, Limones, Máquina de afeitar, Tortugas*, todas de 1979 y *Revive Cibeles* (performance), 2006. p. 154
- Figura 32 - La moda como material de creación para los artistas: Sylvie Fleury, *Botas Mondrian* (1995); Sylvie Beecroft, *Madona blanca con gemelos* (2006) y *VB 35*, performance (1998); Jana Sterbak, *Vanitas: vestido de carne para una albina anoréxica*, 1987 (maniquí vestido y la obra en destaque) y p. 162

Quisiera que sintieras la manera que lo hago (I want you to feel the way I do... [(The dress)], 1984-5; Anselm Kiefer, Las hembras (2005); Claes Oldenburg, Mostrador de lingerie (1962); Nazareth Pacheco, sem título (2000); Javier Pérez, Barroco (1997).

- Figura 33 - El influjo del arte sobre la moda: obras de Hussein Chalayan: en blanco y negro, *Echoform*, de 1999 y en color, el performance *Afterwords*, de 2000; *Souper dress* o *vestido Campbells'* (hacia 1966), de un anónimo, ideado a partir de la obra de Andy Warhol. • *Prometida africana*, de 2005, cita de Jean-Paul Gaultier a las máscaras de Picasso; Paco Rabanne, vestido minifalda (1967), de placas rectangulares de aluminio con perforaciones para pasar las anillas metálicas; Oscar Schlemmer, traje para el *Ballet Triádico*; vestido del estilista brasileño Jum Nakao, mención a esta obra de Schlemmer; influencia klimtiana en el vestido de John Galliano para la *maison* Dior, colección primavera/verano de 2008; Yves-Saint Laurent, *Vestido Mondrian* (1965); Jean-Charles de Castelbajac, vestidos ideados a partir de iconos midiáticos (s/f); vestido del estilista John Galiano, alusivo a la obra *Expectation* (al lado), de Gustave Klimt, de 1910, para la colección primavera/verano de 2008. p. 163
- Figura 34 - Supermercado de estilos: tatuajes efímeros en 'henna', peinados, complementos, zapatos y trajes. p. 169
- Figura 35 - Distintas formas de *customizar* ropa, zapatos, hidrantes, incluyendo, entre ellas, al *tunnig* del vehículo. p. 172
- Figura 36 - Pormenor de chaleco en napa, con motivo decorativo y el nombre de "Pirilampo" hechos con bombillas encendidas. p. 185
- Figura 37 - Pirilampo y su coche delante de la catedral de Ilhéus. Detalles de los motivos decorativos del coche, 'encendidos' y de los juguetes en movimiento. p. 186
- Figura 38 - En los vestidos, formas estelares, corazones; líneas de colores con pequeñas bombillas sobre un sombrero y gafas de diseño 'básico'. En las espaldas de una de las chaquetas, la imagen de la catedral de Ilhéus. En la mano y en la cabeza máscaras de niños en las que interviene añadiendo con bombillas y pequeños juguetes. p. 187
- Figura 39 - Detalles de la batería, de la disposición de los cables eléctricos en el interior de la ropa (arriba y abajo), del añadido de las piezas a la ropa, del momento en que Zaqueu enciende el sombrero y pormenor de la bota. p. 188
- Figura 40 - Tio Souza, en dos momentos de la fiesta del *Dois de julho*: sólo, en el *Pelourinho*, y acompañado por chica disfrazada de indígena, durante el recorrido de la cabalgata, con su traje africano, báculo, *filá* en la cabeza y adornos (collares, pulsera y anillos), atributos inmanentes a un jefe espiritual del *candomblé*. p. 199
- Figura 41 - Jaime Figura en su actuación, en el centro histórico de Salvador, con su p. 225

traje hecho con harapos y estructura metálica, portando máscara, protección en las rodillas, guantes, chancas hechas de caucho. En el pecho, la foto de una persona a quien le subvenciona en sus *performances*.

- Figura 42 - Estética vestimentar: Aplicación de telas de diferentes calidades, en la confección de los bolsillos de los pantalones y de la técnica de *assemblage* y del deshilado, en la creación de elementos decorativos de inspiración musical y fitomórfica. El contexto cultural, expreso por la música, y el entorno, son importantes fuentes de referencia en su producción. En la camiseta, uso de la técnica del *tye-dye* (teñido) y superposición de tela, dando forma a la clave de 'sol'. La falda en vaqueros ha sufrido intervención en su patrón original, dejando aparente las terminaciones deshiladas; igual recurso fue empleado en los 'motivos' y líneas en color. p. 255
- Figura 43 - Estética vestimentar: 'Inspiración' y adopción del concepto *espacial* de Lucio Fontana como método creativo, en el corte de la 'pieza' ya cosida y uso de imperdibles. El uso del método experimental 'introduce' un estilo particular de confección, en el que consiste la mezcla de textiles con materiales ajenos a esta categoría. p. 256
- Figura 44 - Carroza con techo en paja, ornada con plantas tropicales. En las manos del *caboclo* y de la *cabocla*, las banderas de Bahía y de Brasil, respectivamente. p. 287
- Figura 45 - Aspectos generales de la fiesta: la cabalgata con la carroza de *caboclos*; grupo de indígenas, símbolo del civismo y de la 'nueva' nacionalidad conquistada con la Independencia; grupo de *baianas*; desfile de las escuelas municipales, fachada de la Fundación Casa de Jorge Amado, artesanalmente decorada con las banderas de Brasil y de Bahía. p. 295
- Figura 46 - Desfile del ejército y de bandas musicales; participación de los vecinos en el decorado de las fachadas de las casas, para la fiesta; presencia de manifestaciones folclóricas. p. 296
- Figura 47 - Pluralidad de formas y colores en la manera de ataviarse para la fiesta del *Dois de julho*. p. 315
- Figura 48 - Otros aspectos de la diversidad cosmética de la fiesta. p. 316
- Figura 49 - *Parangolés*, capas de color-acción-movimiento vestidas para bailar. Ejemplares distintos de 'ellos', hechos con telas de variados colores, texturas y con cojines. p. 322

ANEXO

REFERENCIAS DE LAS FIGURAS

- Figura 1a - Argolo, Catarina. SSA-01. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, p. 65 Bahía.
- Figura 1b - Argolo, Catarina. SSA-02. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, p. 65 Bahía.
- Figura 2 - Costa Pinto, Roberto, fotógrafo. *Laguna del Abaeté 4 net*. 31 de octubre de 2005. Fotografía. Salvador, Bahía. <http://www.flickr.com/photos/robertocostapinto/57936731/in/set-602301> (acceso en 07 de abril de 2008)
- Figura 3 - Carvalho, Wellington, fotógrafo. *Vista del Pelourinho de la Casa del Benim*. 17 de diciembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía. <http://www.flickr.com/photos/letocarvalho/2119076503> (acceso en 08 de abril de 2006)
- Figura 4 -
1. Argolo, Catarina. SSA-03. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, p. 66 Bahía.
2. Fotografía. Salvador, Bahía. http://http://www.fernandopeixoto.com/img/comercial/pg_84_3_g.jpg (acceso en 09 de abril de 2008);
3. Fotografía. Salvador, Bahía. http://www.fernandopeixoto.com/img/residencial/pg_79_3_g.jpg (acceso en 09 de abril de 2008);
4. Fotografía. Salvador, Bahía. http://www.fernandopeixoto.com/img/residencial/pg_89_4_g.jpg (acceso en 09 de abril de 2008)
- Figura 5a -
1. Argolo, Catarina. SSA-04. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, p. 67 Bahía.
2. Argolo, Catarina. SSA-05. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 5b - Argolo, Catarina. SSA-06. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, p. 68 Bahía.
- Figura 6a - Argolo, Catarina. SSA-07. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, p. 68 Bahía.
- Figura 6b - Argolo, Catarina. SSA-08. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, p. 69 Bahía.
- Figura 6c - Argolo, Catarina. SSA-09. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, p. 69 Bahía.
- Figura 6d - Argolo, Catarina. SSA-10. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, p. 69 Bahía.
- Figura 6e - Argolo, Catarina. SSA-11. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, p. 70 Bahía.

- Figura 6f - 1. Argolo, Catarina. SSA-12. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía, p. 70
2. Argolo, Catarina. SSA-13. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 6g - Argolo, Catarina. SSA-14. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía, p. 71
- Figura 6h - Argolo, Catarina. SSA-15. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía, p. 71
- Figura 6i - Argolo, Catarina. SSA-16. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía, p. 71
- Figura 6j - 1. Argolo, Catarina. SSA-17. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía, p. 72
2. Argolo, Catarina. SSA-18. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía;
3. Argolo, Catarina. SSA-19. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía;
4. Argolo, Catarina. SSA-20. Noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 7a - Wasth Rodrigues, Ivan. *Baiana*. Dibujo. <http://www.terrabrasileira.net/folcl> p. 73
[ore/manifesto/trajes/t-baiana.jpg](http://www.terrabrasileira.net/folcl/ore/manifesto/trajes/t-baiana.jpg) (acceso en 13 de noviembre de 2005)
- Figura 7b - 1. Argolo, Catarina. SSA-21. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía. p. 74
2. Costa, Afonso, fotógrafo. *Dia das baianas*. 26 de noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía. <http://www.flickr.com/photos/afgcosta/2065727312/in/set-72157603894842938> (acceso en 30 de marzo de 2009);
3. Britto, Denis. *Fe 01*. 17 de enero de 2008. Fotografía. Salvador, Bahía. <http://www.flickr.com/photos/drbritto/sets/72157603735922884> (acceso en 16 de abril de 2008);
4. Costa, Afonso, fotógrafo. *Dia das baianas*. 26 de noviembre de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía. <http://www.flickr.com/photos/afgcosta/2065715878/in/set-72157603894842938> (acceso en 16 de abril de 2008).
- Figura 8 - 1. Argolo, Catarina. SSA-22. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía; p. 75
2. Argolo, Catarina. SSA-23. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía;
3. Argolo, Catarina. SSA-24. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía;
4. Argolo, Catarina. SSA-25. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía;
5. Argolo, Catarina. SSA-26. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía;
6. Argolo, Catarina. SSA-27. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 9 - 1. Áquila, Rai. *Dança na areia*. 15 de febrero de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía. <http://www.flickr.com/photos/raiaquila/391303508/in/set72157600029284752> (acceso en 07 de abril de 2008); p. 76
2. Carvalho, Wellington, fotógrafo. *Pai e filho*. 05 de febrero de 2008. Fotografía. Salvador, Bahía. <http://www.flickr.com/photos/letocarvalho/2243097087> (acceso en 16 de abril de 2008)

- Figura 10 - 1. 2007. Fotografia. CIPÓ – Comunicação Interativa. Salvador, Bahia; p. 76
2. Catarina Argolo. SSA-28. Fotografia. 2006. Salvador, Bahia;
3. Catarina Argolo. SSA-29. Fotografia. 2006. Salvador, Bahia.
- Figura 11 - Águila, Rai. *Em transe*. 15 de febrero de 2007. Fotografia. Salvador, p. 77
Bahia. <http://www.flickr.com/photos/raiaquila/391493602/in/set-72157600029284752> (acceso en 07 de abril de 2008)
- Figura 12 - Águila, Rai. *Música sagrada*. Fotografia. 15 de febrero de 2007. Salvador, p. 77
Bahia <http://www.flickr.com/photos/raiaquila/391319039/in/set-72157600029284752> (acceso en 07 de abril de 2008)
- Figura 13a - 1. Águila, Rai. *Dona Janaína em seu jardim*. 15 de febrero de 2007. p. 77
Fotografia. Salvador, Bahia. <http://www.flickr.com/photos/raiaquila/390814209/in/set-72157600029284752> (acceso en 07 de abril de 2008);
2. Capitu (Marcela), fotógrafa. *Baianas*. 13 de enero de 2006. Fotografia.
Salvador, Bahia. <http://www.flickr.com/photos/capitu/85859671> (acceso en 16 de abril de 2008)
3. Águila, Rai. *Presentes na areia*. 15 de febrero de 2007. Fotografia.
Salvador, Bahia. <http://www.flickr.com/photos/raiaquila/391325614/in/set-72157600029284752> (acceso en 07 de abril de 2008)
- Figura 13b - Águila, Rai. *Presentes na areia*. 15 de febrero de 2007. Fotografia. p. 78
Salvador, Bahia. <http://www.flickr.com/photos/raiaquila/390814208/in/set72157600029284752> (acceso en 07 de abril de 2008)
- Figura 14 - Ignacio Vicent. 01 de diciembre de 2006. Fotografia. http://farm1.static.flickr.com/121/311145546_8f5433b8b5.jpg (acceso en 11 de mayo de 2008) p. 78
- Figura 15 - 2007. Fotografia. CIPÓ – Comunicação Interativa, Salvador, Bahia. p. 118
- Figura 16 - 2007. Fotografia. CIPÓ – Comunicação Interativa. Salvador, Bahia. p. 118
- Figura 17 - 2007. Fotografia. CIPÓ – Comunicação Interativa. Salvador, Bahia. p. 118
- Figura 18 - 2007. Fotografia. CIPÓ – Comunicação Interativa. Salvador, Bahia. p. 118
- Figura 19 - 2007. Fotografia. CIPÓ – Comunicação Interativa. Salvador, Bahia. p. 119
- Figura 20a - Argolo, Catarina. SSA-30. 2005. Fotografia. Salvador, Bahia. p. 119
- Figura 20b - *Vendedoras de zapatos*. Fotografia. <http://bibliotecadigital.ilce.edu.mx/sites/colibri/cuentos/independen/img/42b.jpg> (acceso en 02 de septiembre de 2006) p. 119
- Figura 21a - Fotografia. <http://www.comunidademoda.com.br/os-quatro-sentidos-da-moda-visao.html> (acceso en 06 de julio de 2008) p. 129
- Figura 21b - 1. Lévy, Émile. *Jules Barbey d'Aureville*, 1882. Pintura. <http://www.dandyism.net/wp-content/uploads/2008/07/barbey.jpg> (acceso en 21 de junio de 2008); p. 130
2. Giovanni, Boldini. *Conde Robert de Montesquiou*, 1897. Pintura. <http://www.thedandy.org/thecount.jpg/thecount-full;init:.jpg> (acceso en 29 de

mayo de 2008);

3. Fotografía. http://www.pastemagazine.com/articles/2008/03/01/the_return_of_the_tangerineflake_electrickoolaid_p_300x527.jpg?1214838593 (acceso en 06 de junio de 2008)

- Figura 22 - *Punkers*. Fotografía. <http://jeugdcultuur.pbworks.com/f/child-gangs-punkers.jpg> (acceso en 14 de mayo de 2007) p. 137
- Figura 23 - Fotografía. <http://www.los60.es/scooters.jpg> (acceso en 28 de noviembre de 2007) p. 137
- Figura 24 - Fotografía. http://static.flickr.com/1/123928548_33aa5ef83d_o.jpg (acceso en 06 de junio de 2008) p. 137
- Figura 25 - Fotografía. <http://gothic.g.o.pic.centerblog.net/jek4j1m9.jpg> (acceso 28 de noviembre de 2007) p. 137
- Figura 26 - 1. Wearable Art (Arte usable). Fotografía. <http://www.tineye.com/search/10df333c62beb3346295a3bbba3d80f859fda299> (acceso en 14 de mayo de 2007); p. 138
2. Wearable Art (Arte usable). Fotografía. <http://www.tineye.com/search/b2d9e8f902f3e7e02b6a06e0f4a67e8f3825e5f3> (acceso en 14 de mayo de 2007)
- Figura 27 - 1. Grant, Duncan. *Malabarista y equilibrista*. Hacia 1918. Pintura. SHONE, Richard. *The art of Bloomsbury. Roger Fry, Vanessa Bell and Duncan Grant*. Tate Gallery, Londres: 1999. © Tate Gallery 1999; p. 138
2. Grant, Duncan. *Vanessa Bell encinta*. 1918. Pintura. SHONE, Richard. *The art of Bloomsbury. Roger Fry, Vanessa Bell and Duncan Grant*. Tate Gallery, Londres: 1999. © Tate Gallery 1999
3. Fry, Roger. *Iris Tree con sombrero*. 1915. Pintura. SHONE, Richard. *The art of Bloomsbury. Roger Fry, Vanessa Bell and Duncan Grant*. Tate Gallery, Londres: 1999. © Tate Gallery 1999;
4. Grant, Duncan. *Amenophis*. 1913. Tela. SHONE, Richard. *Bloomsbury portraits. Vanessa Bell, Duncan Grant and their circle*. Phaidon, Londres: 1993. © 1976 y 1993 Phaidon Press Limited.
- Figura 28 - 1. Seurat, Georges. *Tarde de domingo en la isla de Grande Jatte*. 1884-8. Pintura. http://www.ibm.com/developerworks/java/library/jj2d/Seurat_SundayAfternoonGrandJatte.jpg (acceso en 10 de junio de 2008); p. 146
2. Munch, Edward. *Tarde en la calle Karl Johan*. 1892. Pintura. <http://www.squidoo.com/edvard-munch-art> (acceso en 10 de junio de 2008);
3. Kirchner, Ernst. *La calle*. 1913. Pintura. http://www.moma.org/images/dynamic_content/exhibition_page/13633.jpg (acceso en 10 de junio de 2008);
4. Kirchner, Ernst. *Cinco mujeres en la calle*. 1913. Pintura. HERBERT, Barry. *German Expressionism. Die Brücke and Der Blaue Reiter*. Jupiter Books, Londres: 1983. © Jupiter Books /London Limited;

5. Kirchner, Ernst. *Calle con buscona de rojo* (o *Escena callejera berlinesa*). 1914-25. Pintura. <http://imagedcpd.aut.org/4DPict?file=20&rec=14.584&field=2&maxsize=400> (acceso en 10 de junio de 2008);
6. Boldini, Giovanni. *Retrato de la señora Howard Johnston*. 1906. Pintura. <http://www.maguetas.com.br/impressionismo/boldini> (acceso en 24 de junio de 2008);
7. Boldini, Giovanni. *Cruzando la calle*. 1875. Pintura. http://www.maguetas.com.br/impressionismo/boldini/thumbs_big/Crossing_the_Street.jpg (acceso en 14 de junio de 2008);
8. Boldini, Giovanni. *La española del Moulin Rouge*. 1899. Pintura. <http://www.aloj.us.es/galba/monograficos/laurec/Obras/Boldini/SpagnoleMoulinRouge.jpg> (acceso en 24 de junio de 2008).

Figura 29 -

1. Macke, August. *Calle comercial con soportales*. 1913. Pintura. http://www.reproarte.com/cuadro/August_Macke/Modegeschäft/6854.html (acceso en 08 de junio de 2008);
2. Macke, August. *Tienda de modas*. 1913. Pintura. <http://imagedcpd.aut.org/4DPict?file=20&rec=102.169&field=2> (acceso en 13 de mayo de 2008);
3. Gutiérrez Solana, José. *La vitrina*. 1910. Pintura. <http://www.artehistoria.jcy.es/artesp/jpg/GUL12221.jpg> (acceso en 13 de mayo de 2008);
4. Macke, August. *Figuras en el parque*. 1913. Pintura. http://www.reproarte.com/cuadro/August_Macke/Figuras+en+el+parque/6788.html (acceso en 12 de junio de 2008);
5. Dix, Otto. *A la belleza*. 1922. Pintura. http://z.about.com/d/arthistory/1/7/C/T/gad_09.jpg (acceso en 13 de junio de 2008);
6. Beckmann, Max. *El pececillo* (o *Bañistas*). 1933. Pintura. Max Beckmann. Fundación Juan March, Madrid: 1997. © Vegap Beckmann;
7. Dix, Otto. *Anita Berber*. 1922. Pintura. Otto Dix. Metrópolis. Fondation Maeght, Saint-Paul: 1998. © Fondation Maeght, 1998;
8. Retrato de la danzarina Anita Berber. Fotografía. http://www.societyofcontrol.com/reform/tanz_berber/pages/berber_01.htm (acceso en 13 de junio de 2008);
9. Dix, Otto. *Señora con visión y velo*. 1920. Pintura. Otto Dix. Metrópolis. Fondation Maeght, Saint-Paul: 1998. © Fondation Maeght, 1998;
10. Dix, Otto. *Retrato de la periodista Sylvia von Harden*. Pintura. Otto Dix, 1926, en Otto Dix. Metrópolis. Fondation Maeght, Saint-Paul: 1998. © Fondation Maeght, 1998.

Figura 30 -

1. Grant, Duncan. *Retrato de Lydia Popova*. 1923. Pintura. SHONE, Richard. *The art of Bloomsbury. Roger Fry, Vanessa Bell and Duncan Grant*. Tate Gallery, Londres: 1999. © Tate Gallery 1999;
2. Grant, Duncan. *Virginia Woolf*. 1911. Pintura. SHONE, Richard. *The art of Bloomsbury. Roger Fry, Vanessa Bell and Duncan Grant*. Tate Gallery, Londres: 1999. © Tate Gallery 1999;
3. Ensor, James. *Autorretrato con sombrero florido*. 1883. Pintura. <http://www.artnet.com/Images/magazine/features/saltz/saltz7-13-09-9.jpg> (acceso en 24 de mayo de 2008);

4. Picasso, Pablo. *Retrato de Olga Khokhlova en un sillón*. 1918. Pintura. <http://www.pablo-ruiz-picasso.net/images/works/102.jpg> (acceso en 24 de mayo de 2008);
5. Picasso, Pablo. *Retrato de Benedetta Canals*. 1905. Pintura. <http://www.pablo-ruiz-picasso.net/images/works/3301.jpg> (acceso en 29 de mayo de 2008);
6. Picasso, Pablo. *Mujer con mantilla (La salchichona)*. 1917. Pintura. http://www.soho-art.com/shopinfo/uploads/1133151315_large-image_ppicwmant1917.jpg (acceso en 24 de mayo de 2008);
7. Caldera, Juan. *Esperando al galán*. 1946. Pintura. http://4.bp.blogspot.com/_H9167NFa2Mg/ScEProTKYvI/AAAAAAAAAYk/vqqm8zdBMiY/s400/magen+16.png (acceso en 13 de junio de 2008);
8. Caldera, Juan. *Mantilla*. 1918. Pintura. http://1.bp.blogspot.com/_H9167NFa2Mg/ScECFiyhS3I/AAAAAAAAAXQ/zlvRuKTSdZ8/s1600-h/Imagen+3.png (acceso en 13 de junio de 2008);
9. Caldera, Juan. *Toreros de pueblo*. 1906. Pintura. <http://imagencpd.aut.org/4DPict?file=20&rec=15.344&field=2> (acceso en 13 de junio de 2008);
10. Ignacio, Zuloaga. *Las tres manolas*. Pintura. http://www.portaltaurino.com/images/art/zuloaga/zuloaga_mujeres.jpg (acceso en 13 de junio de 2008);
11. Verger, Pierre, fotógrafo. *Granada*. Fotografía. © Pierre Verger. <http://pierreverger.org/img/phototheque/image.php?id=55527&size=l> (acceso en 13 de junio de 2008)

Figura 31a -

1. Solana, José Gutiérrez. *¿El lechuga y su cuadrilla*. 1915-17. Pintura. p. 154
José Gutiérrez Solana. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Turner, Madrid: 2004. © Emilia Gutiérrez Solana, 1999;
2. Verger, Pierre, fotógrafo. *Doña María Bibiana do Espírito Santo, madre señora del Axé Opô Afonjá*. 1950. Fotografía. © Pierre Verger. <http://site.pirelli.14bits.com.br/autores/33/obra/104> (acceso en 13 de junio de 2008);
3. Verger, Pierre, fotógrafo. *Carnaval, gremio de la embajada mexicana*. 1951. Fotografía. © Pierre Verger. <http://site.pirelli.14bits.com.br/autores/33/obra/105> (acceso en 13 de junio de 2008).

Figura 31b

1. Leele, Ouka. *Hombre con ventiladores*. 1979. Fotografía. <http://lh6.google.com/stereoblog/Rz11KHxDhGI/AAAAAAAAAGqE/HhZZJDCGPPE/s800/ouka%20lele-1.jpg> (acceso en 13 de junio de 2008);
2. Leele, Ouka, fotógrafa. *Limonas*. Fotografía. 1979. <http://static.picassomio.com/images/art/pm-39693-medium.jpg> (acceso en 13 de junio de 2008);
3. Leele, Ouka, fotógrafa. *Máquina de afeitar*. Fotografía. 1979. <http://static.picassomio.com/images/art/pm-19397-medium.jpg> (acceso en 13 de junio de 2008);
4. Leele, Ouka, fotógrafa. *Tortugas*. Fotografía. 1979. <http://static.picassomio.com/images/art/pm-39692-medium.jpg> (acceso en 13 de junio de 2008);

5. Leele, Ouka, fotógrafa. *Revive Cibeles*. Performance. 2006. <http://www.masdearte.com/zoom.htm> (acceso en 13 de junio de 2008).

Figura 32 -

1. Fleury, Sylvie. *Botas Mondrian*. Instalación. 1995. <http://afiches.files.wordpress.com/2008/05/fleurymondrianboots95.jpggw=175&h=237> (acceso en 11 de junio de 2008);
2. Beecroft, Sylvie. *Madona blanca con gemelos*. Performance. 2006. <http://www.artnet.com/artwork/424915056/179379/white-madonna-with-twins.html> (acceso en 11 de junio de 2008);
3. Beecroft, Sylvie. *VB 35*. Performance. 1998. <http://contemporaryartsem.files.wordpress.com/2008/12/beecroft1.jpg?w=499> (acceso en 11 de junio de 2008);
4. Sterback, Jana. *Vanitas: vestido de carne para una albina anoréxica*. 1987. (Modelo vestida.) http://4.bp.blogspot.com/_K8v57IA4UDE/RcfHWDuifI/AAAAAAAAAAAc/f6HMKIsufhs/s1600-h/jana_sterbak.jpg (acceso en 06 de junio de 2008);
5. Sterback, Jana. *Vanitas: vestido de carne para una albina anoréxica*. 1987. Vestido. http://www.learn.columbia.edu/fa/images/large/kc_femart_sterbak_115.jpg (acceso en 06 de junio de 2008)
6. Sterback, Jana. *Quisiera que sintieras la manera que lo hago [I want you to feel the way I do... (The dress)]*, 1984-5. Vestido. <http://www.tineye.com/query/90e69de94f391326c0d14297ff16bf60e7337b81> (acceso en 06 de junio de 2008);
7. Lassiat, Marie, fotógrafa. *Candidia*. Anselm Kiefer. 2005. Escultura. http://www.exporevue.org/images/magazine/1647anselm_kieffer6.jpg (acceso en 06 de junio de 2008);
8. Oldenburg, Claes. *Mostrador de lingerie*. 1962. Instalación. <http://www.tineye.com/query/be48878677a35b947e4d741383b2698240d4bb50> (acceso en 06 de junio de 2008);
9. Pacheco, Nazareth. 1998. Vestido. http://www.mercedesviegas.com.br/images/2485_NP.jpg (acceso en 15 de junio de 2008);
10. Pérez, Javier. *Barroco*. 1997. Vestido. <http://www.tineye.com/query/93aefbd37a14682586fdea6e5c2c68b7c4314998> (acceso en 11 de junio de 2008).

Figura 33 -

- 1a. Chalayan, Hussein. *Echoform*. 1999. <http://www.historiadeltraje.com.ar/images/2000%202.jpg> (acceso en 11 de junio de 2008);
- 1b. Chalayan, Hussein. *Echoform*. 1999. <http://www.historiadeltraje.com.ar/images/2000%202.jpg> (acceso en 11 de junio de 2008);
2. Chalayan, Hussein. *Afterwords*. 2000. Performance. <http://www.designboom.com/eng/interview/chalayan/12.jpg> (acceso en 11 de junio de 2008);
3. *Souper dress (o vestido Campbells)*. Hacia 1966. <http://miradaalarte.com/articulos/media/blogs/all/Mirada19/MAM-0.jpg> (acceso en 09 de junio de 2008);
4. Guillot, François, fotógrafo. *Prometida africana*. Jean-Paul Gaultier. 2005. © Editorial Abril. http://veja.abril.com.br/especiais/estilo_2005/imagens/fantasia1.jpg (acceso en 12 de junio de 2008);

5. Rabanne, Paco Vestido minifalda. 1967. <http://museodeltraje.mcu.es/fotos/virtual/piezas/MT092637.jpg> (acceso en 16 de junio de 2008);
6. Bordin, Sandra, fotógrafa. Jum Nakao. Vestido. http://www.jumnakao.com.br/images/ci_col_04.jpg (acceso en 15 de junio de 2008);
7. Schlemmer, Oscar. Vestido para el ballet triádico. <http://www.tineye.com/search/c431b054a186d0591d8041f690c78e1b8f4a9dc7> (acceso en 14 de mayo de 2007);
8. Saint-Laurent, Yves. *Vestido Mondrian*. (C.I. 69.23). 1965. En Heilbrunn Timeline of Art History. Nueva York: Museo Metropolitano de Arte, 2000-. http://www.metmuseum.org/TOAH/ho/11/euwf/ho_C.I.69.23.htm (acceso en 25 de noviembre de 2007);
9. de Castelbajac, Jean-Charles. http://bp0.blogger.com/_Ey7p9ghocw8/RYqzK7Aha3l/AAAAAAAAAWs/JfpQ6igmqY/s400/jc.jpg (acceso en 15 de junio de 2008);
10. Galliano, John. 2008. http://3.bp.blogspot.com/_SjuDqF1ubmo/R7Sq6Zef3ml/AAAAAAAAAGNg/7SobLzDCR68/s1600-/dior+galliano+3.jpg (acceso en 16 de junio de 2008);
11. Klimt, Gustave. *Expectation*. 1910. Pintura. <http://lab.dartmouth.edu/Vienna/German64/Klimt.html> (acceso en 16 de junio de 2008).

Figura 34 -

1. Polhemus, Ted. © Ted Polhemus (UK) Limited. http://www.theage.com.au/ffximage/2005/01/06/skin_wideweb_430x278.jpg (acceso en 28 de noviembre de 2007);
2. Polhemus, Ted. © Ted Polhemus (UK) Limited. http://www.tedpolhemus.com/image_street%20001.jpg (acceso en 28 de noviembre de 2007);
3. <http://www.maurenmotta.com.br/userfiles/image/madeinjapan3.jpg> (acceso en 10 de junio de 2008);
4. http://www.rodadamoda.com/links/link_170.jpg (acceso en 23 de marzo de 2008);
5. <http://www.steelohero.com/photos/streetwear1.jpg> (acceso en 12 de junio de 2008);
6. Polhemus, Ted. © Ted Polhemus (UK) Limited. http://www.tedpolhemus.com/image%20SF%20006_300.jpg (acceso en 28 de noviembre de 2007);
7. Prado, Roberta. *Zapatilla deportiva multicolor*. 2008. Fotografía. Valencia, España.

p. 169

Figura 35 -

1. <http://www.tineye.com/search/49cdc1c4f367aed036aa74b39eb55f6ec8c67e4f> (acceso en 07 de junio de 2008);
2. http://3.bp.blogspot.com/_q-2-WREHNmc/RiieEbZ_fpl/AAAAAAAAAD6A/68Zsz37Rg1E/s400/falcao2.JPG (acceso 28 de septiembre de 2008);
3. http://imagem.vilamulher.com.br/temp/tenis_colorido-110208.jpg (acceso en 06 de junio de 2008);
4. <http://planeta.coppe.ufrj.br/midia/multimedia/2006/701.jpg> (acceso en 28 de noviembre de 2007);
5. <http://bloganvela.com/wp-content/uploads/2008/02/hidrantes-customizados.jpg>. © Google (acceso 16 de junio de 2008);

p. 172

6. Argolo, Catarina. SSA 31. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía.
7. Argolo, Catarina. SSA 32. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía.
8. Argolo, Catarina. SSA 33. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía.
9. Argolo, Catarina. SSA 34. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 36 - Argolo, Catarina. *IOS 01*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía. p. 185
- Figura 37 - 1. Fotografía cedida por el artista. Ilhéus, Bahía; p. 186
2. Argolo, Catarina. *IOS 02*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía;
3. Argolo, Catarina. *IOS 03*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía;
4. Argolo, Catarina. *IOS 04*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía;
5. Argolo, Catarina. *IOS 05*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía.
- Figura 38 - 1. Argolo, Catarina. *IOS 06*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía; p. 187
2. Argolo, Catarina. *IOS 07*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía;
3. Argolo, Catarina. *IOS 08*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía;
4. Argolo, Catarina. *IOS 09*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía.
- Figura 39 - 1. Argolo, Catarina. *IOS 10*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía; p. 188
2. Argolo, Catarina. *IOS 11*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía;
3. Argolo, Catarina. *IOS 12*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía;
4. Argolo, Catarina. *IOS 13*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía;
5. Argolo, Catarina. *IOS 14*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía;
6. Argolo, Catarina. *IOS 15*. 2005. Fotografía. Ilhéus, Bahía
- Figura 40 - 1. Argolo, Catarina. SSA 35. 2004. Fotografía. Salvador, Bahía; p. 199
2. Fotografía. <http://www.tineye.com/search/337464e0551718ff3f705c962bee3d572af94b97> (acceso en 15 de febrero de 2008);
3. Argolo, Catarina. SSA 36. 2004. Fotografía. Salvador, Bahía;
4. Argolo, Catarina. SSA 37. 2004. Fotografía. Salvador, Bahía
- Figura 41 - 1. Argolo, Catarina. SSA 38. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía; p. 225
2. Argolo, Catarina. SSA 39. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía;
3. Argolo, Catarina. SSA 40. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 42 - 1. Argolo, Catarina. SSA 41. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía; p. 255
2. Argolo, Catarina. SSA 42. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía;
3. Argolo, Catarina. SSA 43. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía;
4. Argolo, Catarina. SSA 44. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía;
5. Argolo, Catarina. SSA 45. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 43 - 1. Argolo, Catarina. SSA 46. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía; p. 256
2. Fontana, Lucio. Concepto espacial *Attese 140*. 1965. Pintura. http://2.bp.blogspot.com/_BXKxvhmAAJg/RxKcKJPFy3I/AAAAAAAAACT8/0S-LM-CIRQ0/s400/Lucio+Fontana,+CS,+Attese,1965,+water-based+paint+on+canvas.jpg (acceso en 22 de mayo de 2008);
3. Argolo, Catarina. SSA 47. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía;
4. Argolo, Catarina. SSA 48. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía;
5. Argolo, Catarina. SSA 49. 2005. Fotografía. Salvador, Bahía.

- Figura 44 - Argolo, Catarina. SSA 50. 2 de julio de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía. p. 287
- Figura 45 - 1. Águila, Rai. Cabalgata. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía.
 2. Águila, Rai. Baianas. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía.
 3. Argolo, Catarina. SSA 51. 02 de julio de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía.
 4. Águila, Rai. Desfile. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía;
 5. Argolo, Catarina. SSA 52. 02 de julio de 2007. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 46 - 1. Águila, Rai. Desfile del ejército. 02 de julio de 2006. Fotografía. p. 296 Salvador, Bahía;
 2. Águila, Rai. Banda musical. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía;
 3. Argolo, Catarina. SSA 53. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía;
 4. Argolo, Catarina. SSA 54. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía;
 5. Águila, Rai. *Barquinha de Bom Jesus dos Pobres*. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía;
 6. Águila, Rai. *Nego fujido*. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 47 - 1. Argolo, Catarina. SSA 55. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía. p. 315 Bahía.
 2. Argolo, Catarina. SSA 56. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía.
 3. Argolo, Catarina. SSA 57. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 48 - 1. Argolo, Catarina. SSA 58. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía. p. 316 Bahía.
 2. Argolo, Catarina. SSA 59. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía.
 3. Argolo, Catarina. SSA 60. 02 de julio de 2006. Fotografía. Salvador, Bahía.
- Figura 49 - 1. Oiticica, Hélio. *Parangolé 4, Capa 1*. Hélio Oiticica. 1964. Fotografía. p. 322 http://3.bp.blogspot.com/_m8Daswr8oUY/SRg0TVO_nSI/AAAAAAAAAoU/ZYeQfkJWfSU/s400/parangole.jpg (acceso en 19 de noviembre de 2007);
 2. Bardin, Desdemone, fotógrafo. *Incorporo a revolta. Parangolé P 5, Capa 11*. 1967. Fotografía. <http://mtroi.blog.uol.com.br/images/parangole.jpg> (acceso en 02 de febrero de 2008);
 3. Dias Cavalcanti, Jardel, fotógrafo. *Parangolé 4, Capa 1 ('close')*. Hélio Oiticica. 1964. Fotografía. <http://paulanadal.files.wordpress.com/2009/10/parangole.jpg> (acceso en 07 de junio de 2008);
 4. Oiticica, Hélio. *Parangolé P4, Capa 1*. 1964. Fotografía. © Centro de

- Arte Helio Oiticica. <http://filosofiacienciaevida.uol.com.br/ESFI/Edicoes/30/imagens/i88164.jpg> (acceso en 02 de febrero de 2008);
5. Oiticica, Hélio. Fotografía. <http://esferapublica.org/nfblog/wp-content/uploads/2009/07/image003.jpg> (acceso en 02 de febrero de 2007)
6. Oiticica, Hélio. Fotografía. http://tropicalia.uol.com.br/site/images/imgs_leituras/marginalia_leitura_parangole6.jpg (acceso en 03 de mayo de 2007)
7. Oiticica, Hélio. Fotografía. http://tropicalia.uol.com.br/site/images/imgs_leituras/marginalia_leitura_parangole3.jpg (acceso en 14 de mayo de 2007).