



deSignis

ISSN: 1578-4223

ISSN: 2462-7259

info@designisfels.net

Federación Latinoamericana de Semiótica
Argentina

Hoyos Madrid, Leifer
Del vestido como imagen identitaria al vestido como imagen textual
deSignis, vol. 35, 2021, Julio-Diciembre, pp. 273-283
Federación Latinoamericana de Semiótica
Argentina

DOI: <https://doi.org/10.35659/designis.i35p273-283>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=606072202022>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Del vestido como imagen identitaria al vestido como imagen textual. / *From the dress as an identity image to the dress as a textual image*

Leifer Hoyos Madrid

(pág 273 - pág 283)

Este ensayo aborda el vestido como sistema de signos en la elaboración de textos para estructurar un análisis semiótico comparativo del lenguaje de la moda. Tomando elementos de Greimas, Barthes, Eco, Squicciarino, Saltzman y Cid Jurado, situando el vestido como lugar de identidad cultural cambiante, influenciado en parte por los movimientos de la moda. Por tanto, es necesario comprender el vestido como fenómeno de intercambios y soporte para la traducción cultural ejercida por los diseñadores de moda. De manera que se establezca en el lector un juego de equivalencias entre vestido-pieza de arte, para dilucidar así los juegos de relación que surgen en el espacio-tiempo con las obras de arte.

Palabras clave: moda, semiótica, texto, vestido, traducción.

This essay addresses the dress as a system of signs in the elaboration of texts to structure a comparative semiotic analysis of the language of fashion. Taking elements from Greimas, Barthes, Eco, Squicciarino, Saltzman and Cid Jurado, placing the dress as a place of changing cultural identity, influenced in part by the fashion movements. Therefore, it is necessary to understand clothing as a phenomenon of exchanges and support for the cultural translation exercised by fashion designers. In such a way that a game of equivalences between dress-piece of art is established in the reader, in order to elucidate the games of relationship that arise in space-time with works of art.

Key Words: fashion, semiotic, text, dress, traslation.

Leifer Hoyos Madrid: Maestro en Artes Plásticas de la Fundación Universitaria Bellas Artes (Medellín, Colombia). Profesor de Educación Artística de la Institución Educativa El Salado (Envigado, Antioquia). Profesor de cátedra de la Fundación Universitaria Bellas Artes –Medellín, Colombia). Estudiante del pregrado de Historia de la Universidad Nacional de Colombia-Sede Medellín. lhoyosm@unal.edu.co

Recibido 09/02/2021 Aprobado 15/02/2021

1. INTRODUCCIÓN

Este ensayo aborda el vestido como sistema de signos en la elaboración de textos para estructurar un análisis semiótico comparativo del lenguaje de la moda, no es el primero en su estilo. Ya A. J. Greimas con su obra *La Moda en 1830* (1948) estableció una relación de este fenómeno en la vida social, una ruta de interpretación para la segunda generación de lingüistas y semiólogos. Roland Barthes en *El sistema de la moda* (1967) y Umberto Eco en *El Hábito hace al monje* (1976), Nicola Squicciarino en *El Vestido Habla* (1986) se habían aproximado a reconocer en el mundo del vestido un universo semiótico aún inexplorado por los teóricos occidentales. A nivel latinoamericano el trabajo del investigador mexicano Cid Jurado y su paralelismo de modelos semióticos vía Escuela de Tartu, con el universo de Yves Saint Laurent, así como el de la argentina Andrea Saltzman y su texto *El cuerpo Diseñado* (2004) son bases precedentes a lo que busca estipular este análisis.

Este entramado toma elementos de sus antecesores para situar el vestido como lugar de la identidad cultural, móvil en el tiempo, pero inmóvil a la vez, pese a los acrobáticos movimientos de la moda. Entendiéndolo a modo de juegos de intercambios identitarios y soporte para la traducción cultural ejercida por los diseñadores (as) de vestuario. Lo anterior busca evidenciarse, a través de cuatro textos –vestidos– entiéndase textos aquí como lo define el semiólogo ruso Yuri Lotman cuando dice que:

Es necesario oponerse a la identificación del texto con la idea de la totalidad de la obra de arte... La obra de arte, que representa un determinado modelo del mundo, un cierto mensaje en el lenguaje del arte, no existe simplemente al margen de este lenguaje, así como al margen de los demás lenguajes de comunicaciones sociales... Todo el conjunto de conexiones extratextuales de la obra no sería portadora de significado alguno. Todo el conjunto de códigos artísticos, históricamente formados, que convierte el texto en portador de significado, corresponde a la esfera de relaciones extratextuales. (Lotman 2011: 69)

Se hace necesario para el lector un juego equivalente entre vestido/ pieza de arte para dilucidar los intercambios y juegos de relación que surgen a lo largo de la historia con las obras de arte –dibujo, pintura, escultura–. En tales juegos, las obras al igual que las prendas, poseen conexiones extratextuales, textuales e intertextuales produciendo semiosis múltiples y acumulativas para el lector. Con esta premisa se pretende elaborar un análisis de comparación entre un traje tradicional femenino, hindú –Sari– y reconocidas marcas nacionales e internacionales –Yves Saint Laurent, Kenzo, Etro y Adriana Santacruz– para volver pertinente el modelo de semiosfera puesto que

La semiosfera es el espacio semiótico fuera del cual es imposible la existencia misma de la semiosis. Así como pegando distintos bistecs no obtendremos un ternero, pero cortando un ternero podemos obtener bistecs, sumando los actos semióticos particulares, no obtendremos un universo semiótico. Por el contrario, sólo la existencia de tal universo —de la semiosfera— hace realidad el acto sígnico particular. (Lotman 1996: 12)

Es decir, si miráramos un vestido de la *Colección India* (1982), de Yves Saint Laurent no veríamos la esencia de un sari o del sentido estético total de la ornamentación hindú. Pero partiendo del sari, vestido femenino nupcial ceremonial en India, podremos mirar distintas maneras de resignificar el sari a través de vestidos exhibidos en una plataforma de exposición comercial como es un desfile de moda o una boutique.

En ese contexto estos vestidos-textos aparecen como espacios de significación donde dialogan elementos comunes, alrededor del “vestido como identidad cultural” al integrarse entre sí producen una nueva gramática¹, pero también crean diferencias entre unos y otros que sostienen sus caracteres primarios o sus lexemas fundamentales.

Para abordar esta analogía vestido/texto-texto/vestido, es importante acuñar la idea que propone el lingüista ruso Mijail Bajtin, cuando dice que:

El enunciado se diferencia de la palabra porque, tal como ha sido concebida tradicionalmente, ésta se define por su correspondencia unívoca con un significado, correspondencia asignada por un código lingüístico. El enunciado, en cambio, es una composición que puede tener una o más palabras desenvolviéndose en un proceso comunicativo concreto, por lo que “no posee significado, sino sentido (es decir es una totalidad de sentido que tiene que ver con los valores: verdad, belleza, etc., que exige como comprensión una respuesta que incluya la valoración)” (Sisto 2015: 9)

De modo que el vestido/texto es un enunciado en tanto que es diverso o polifónico en significación, ya que puede contener diversas cargas de sentido sobre una misma pieza. Un botón puede referir a una imagen o forma particular y una manga o la ausencia de estos a otra. Para esto el diseñador se erige a sí mismo como traductor cultural entre una valoración que admite esa comprensión de significados plegada sobre las fibras del vestido y un juego de semiosferas integradas, haciendo conexiones extratextuales derivadas en una prenda-producto, completamente nueva.

2. ANALIZAR PARA COMPARAR

Un análisis comparativo es una técnica usada desde las ciencias duras, hasta las ciencias blandas, cuya función es contrastar diferentes modelos, arrojando como resultado la aparición de analogías, semejanzas y diferencias entre los modelos puestos en relación. En este texto se emplea a través de un análisis semiótico que expande las posibilidades del texto, –incluso insertando textos alosemióticos²– y las traslada al lugar de las imágenes, puntualmente, las imágenes de moda, donde se opta por releer y redescubrir el lugar del sari en las propuestas de varios diseñadores de moda y su visión de una prenda típica o tradicional del mundo femenino Indio.

Moda y literatura disponen de una técnica común cuyo fin es transformar un objeto en lenguaje: la descripción. Esa técnica se ejerce no obstante de manera distinta en ambos casos. En literatura, la descripción se apoya en un objeto escondido –ya sea real o imaginario–: es la encargada de hacerlo existir. En Moda, el objeto descrito es actualizado, dado aparte bajo su

forma plástica –sino real, ya que sólo se trata de una fotografía–. Las funciones de la descripción de Moda son, pues, reducidas, y también, por eso mismo, originales: al no tener que ofrecer el propio objeto, las informaciones que la lengua comunica, a menos de ser pleonásticas, son por definición esas mismas que la fotografía o el dibujo no pueden transmitir. (Barthes 1978, 23)

¿Cómo decir lo indecible?, ¿cómo narrar aquello que no puede ser narrado? Interrogantes con los que juega este análisis semiótico-visual apicado en imágenes de moda que recurren a lo que el mundo anglo-germano conoce como *folk*, “pueblo” unido semanticamente a folclor y relacionalmente a lo autóctono, lo étnico y eso otro nombrado como otredad.

A partir de allí diseñadores y marcas como Yves Saint Laurent, Etro y Kenzo, nacidas a finales de los años 60 y principios de los 70 en Europa, más la propuesta de diseño de la colombiana (Nariño) Adriana Santacruz, cuya obra se construye a partir de técnicas ancestrales, como el tejido en telar en manos de comunidades indígenas. Hábitos y conductas que reivindican aquello que hemos equiparado con lo *folk* y que puestas en relación con el sari, –Traje tradicional de la India, usado por las mujeres en rituales de boda– posibilitan crear relaciones de contraste y similitud ligadas al objeto vestimentario. El sari es la prenda tradicional de las mujeres en India, aquella que puede narrar la identidad de las mujeres de una región determinada, de un pueblo, de una familia o un clan, sus motivos refieren el lugar de origen, la localidad, o un rico hilado de historias familiares acaecidas, pero también da cuenta de los relatos personales, o bien deseos que se quieren portar sobre la nueva esposa.

El color es otro elemento fundamental capaz de develar significados importantes alrededor de quien lo porte. El rojo por ejemplo se asocia a la vitalidad y la fertilidad, En Europa occidental

El rojo seguirá siendo el color de la novia hasta el siglo XIX. ¡La novia vestiría de rojo! – ¡Claro! Sobre todo entre los campesinos, la gran mayoría de la población de entonces; porque el día de la boda uno se pone sus mejores ropas, y una prenda bonita y rica es necesariamente roja, porque éste es el color que mejor les sale a los tintoreros. (Simonnet y Pastoureau 2006: 4)

Tanto en Occidente como en Oriente el rojo parece cargar de buenos augurios a la prometida, el color rojo del textil como los complejos diseños elaborados con el pigmento de la henna –*Lawsonia Inermis*–, y dispuestos sobre la superficie de las manos y los pies de la prometida, de allí que se adopte al traje nupcial y de fiesta, insuflando en la novia todas estas potencialidades de la planta que están íntimamente ligadas al sari y al cuerpo. Atendiendo a la necesidad de protección simbólica del vestido como amuleto capaz de repeler las fuerzas maléficas y atraer la buena fortuna a la recién casada.



Figura 1: Sari tradicional indio Tomado de <https://www.amazon.es/Peegli-Saree-Tradicionel-Kanjivaram-Desgaste/dp/B07XQJ7LXX>

Esta prenda se erige como el texto primario de la “Indianidad” o “Hinduidad,” que busca establecer el análisis comparativo en relación a los diseñadores occidentales. Ver como se genera una semiosis y como varían las diferentes traducciones que surgen entre las casas y los diseñadores a lo largo del tiempo es un objetivo fundamental para estudiar el modelo de semiosfera, traducción y frontera cultural. Se trata entonces de entender como un elemento tradicional de un pueblo o cultura, puede mutar y ser traducido, creando otras formas vestimentarias donde el análisis intenta detectar cuáles son los elementos o lexemas que se mantienen del texto original, así como cuales se pierden y cuales son introducidos, sin perder el referente inicial de “Hinduidad” o “Indianidad”.



Figura 2: Yves Saint Laurent, Collection India, Spring/Summer, 1982. Tomado de <https://museeyslparis.com/en/biography/collection-inde>

En esta primera imagen Saint Laurent toma la paleta cromática del sari, se puede observar el uso de colores primarios en la composición del traje. El rojo, un color sagrado y honrado para las festividades nupciales, remata con la chaqueta azul cielo, color de la piel de Vishnú y de Krishna, lo que da un toque de sacralidad al ajuar, los diseños de los bordados con brocados en forma de motivos arabescos que semejan las que llevan las *kurtas* o *Sherwanis* –Prenda nupcial superior masculina–, son similares también al que las mujeres cercanas a la novia imprimen sobre la piel de sus manos y pies. La cabeza remata con un turbante escarlata prenda destinados para los mahatmas, o los grandes sabios –hombres–. En el desfile el creador –Saint Laurent– le otorga ese papel a la mujer, como si fuera una divinidad capaz de interferir en el entramado y complejo sistema de castas sociales hindúes reivindicando la figura de la mujer en Oriente.



Figura 3: Etro, Spring/Summer 2017 Tomado de <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2017-ready-to-wear/etro/slideshow/collection#27>

En el modelo de Etro³, la marca italiana colmulga con el creador francés Yves Saint Lurent, pese a las casi cuatro décadas que los separan al emplear los bordados del sari en los puños y en las franjas laterales de la abertura de la chaqueta. Sin embargo, una gran diferencia con el modelo anterior es el color, mientras Saint Laurent es fiel a la cromática ceremonial India –Rojos, amarillos y azules–, Etro prioriza la elegancia y la sofisticación del negro en occidente, deconstruyendo y dejando atrás la significación del negro con el mal augurio en India, puesto que allí se asocia a la tragedia y la destrucción, debido a Kali, la divinidad destructora, cuya piel es toda de este color.



Figura 4: Kenzo Spring summer, 2011
Tomado de <https://www.popsugar.com/fashion/photo-gallery/11362316/image/11362416/Spring-2011-Paris-Fashion-Week-Kenzo>

La imagen que proyecta Antonio Marras para Kenzo⁴ con su icónico desfile celebrando el 40 aniversario de la casa (1970-2010) en el Circo de Invierno de París, puntualiza su homenaje al Sari y a la India en el color rojo que media entre un tono bermellón y un naranja. Hace igual uso como sus dos colegas anteriormente mencionados –Saint Laurent y Etro– al emplear los brocados en los puños y en los extremos laterales junto a la abertura de la chaqueta, además de introducir el *Paisley* esa forma de arabesco con motivo de lagrima completada y abigarrada con florituras o elementos vegetales que el diseñador impregna sobre la tela del vestido.

En cuanto a silueta esta pieza sea quizá la más fiel a un sari –traje indio femenino–, sino fuera por la silueta andrógina que usa para la chaqueta y la falda; así como por el uso del tocado sobresaliente, que se eleva casi como una escultura blanda sobre la cabeza de la mujer y que rememora los turbantes de los gurús y mahatmas de India. Sin embargo, Marras coincide con Saint Laurent en usar la falda en tonalidad roja, casi que en el mismo tono y el empleo del tocado en forma de turbante. –Reservado para los hombres sabios– como lo establece Saint Laurent.

En la colección “Halcón” de Adriana Santacruz, la diseñadora colombiana, hace uso de esta prenda como elemento vestimentario fundamental en los pueblos andinos, y que ella sabe cómo redefinir en una pieza que sigue siendo textilmente ruana, pero que en cuanto a silueta puede ser capa o sari, como lo sugiere con esta pieza titulada “Halcón” aquí su estructura semeja cierto parecido con el del velo del sari al draparse sobre el cuerpo de la mujer. La pieza sostiene un tejido producido en telar indígena y coincide con los referentes internacionales en situar al rojo como un color preponderante de los trajes tradicionales ceremoniales.

En esta, el material es quien se distancia de los modelos anteriores, puesto que la lana es una fibra empleada para otras fabricaciones como calzado, mochilas, gorros, etc. Por el contrario, el sari responde más a la seda, las gasas y al algodón como materia prima esencial que a la lana. Aun así, el drapeado sobre el cuerpo está más emparentado con el sari tradicional. Los otros modelos emplean la versión masculina del traje hindú –Kurta o Shewarni– ya sea acortando o ampliando sus dimensiones, debido a que este es una pieza sin costura, armada con ayuda de plisados, drapeados y otros arreglos mediante los cuales se ciñe al cuerpo de la mujer.



Figura 5: “Halcón”, Adriana Santacruz, 2018 tomado de <http://adrianasantacruz.com/tienda/producto/halcon-2/>

Hay un halo presente en todo este análisis y es el del orientalismo leído en clave de moda contemporánea, donde la “Hinduidad” es asimilada por los occidentales, capaces de elaborar propuestas visuales entorno a esta concepción como es el caso de Yves Saint Laurent, pionero en viajar a otras culturas ajenas al mundo estético cotidiano europeo y construir o trazar unas rutas visuales entorno a esto. Diría Edward Said crítico y profesor de estudios literarios en la Universidad de Columbia (USA) con su libro “Orientalismo” (1978) que

Oriente ha servido para que Europa –u Occidente– se defina en contraposición a su imagen, su idea, su personalidad y su experiencia. Sin embargo, Oriente no es puramente imaginario. Oriente es una parte integrante de la civilización y de la cultura material europea. El orientalismo expresa y representa, desde un punto de vista cultural e incluso ideológico, esa parte como un modo de discurso que se apoya en unas instituciones, un vocabulario, unas enseñanzas, unas imágenes, unas doctrinas e incluso unas burocracias y estilos coloniales. (Said 2008:20)

Un año antes (1977), de la publicación del texto de Edward Said, Saint Laurent lanza al mercado su *Colección* Otoño-invierno, inspirada en La China Imperial y cuatros años después de la publicación inicial del texto debuta en París con su Colección India (1982) de esta colección se toma uno de los vestidos de referencias sobre los que se sitúa este análisis, no sin antes ahondar en ese fenómeno estético y cultural del Orientalismo.

3. RESULTADOS

Este análisis busca entender la moda desde un “comportamiento de sistemas semióticos” que pone en relación textos alosemióticos o no textos, que por medio de indumentarias de culturas que distan a kilómetros unas de otras, posibiliten la integración de las semiosferas entre sí produciendo otra completamente distinta. Allí la imagen icónica de la mujer desfilando, constituye una categoría perceptual conformada por signos íntegros de sus culturas autóctonas, como el ejemplo del Sari y la chaqueta, que se traduce de diversas maneras según la mentalidad del diseñador, viene al caso varios trajes saris del desfile del 40 aniversario de Kenzo, puestos como abrigos o como lo presenta la diseñadora colombiana Adriana Santacruz en la colección que lleva su mismo nombre –La Ruana–. Estos usos hacen que ese texto/Imagen/vestido, obtenga un uso renovado de la imagen.

A continuación, se despliega la tabla número 1 **comparativo entre marcas Folk y el Sari como vestido tradicional en India**. Para efectos de una mejor ilustración del análisis comparativo aparece este cuadro que permite establecer mediante una serie de categorías perceptuales las diferencias y semejanzas entre la semiosfera tradicional hindú –sari– y el elemento chaqueta cargado de indianidad, traducido por cada diseñador según esa primera semiosfera de manera que la chaqueta se erige como frontera de las semiosferas oriental y occidental. Forma, Color, Bordados y Materiales son los elementos que posibilitan rastrear las traducciones con relación a la lengua originaria –sari-India–

Forma: este es el esqueleto o armazón del cual el diseñador se acerca o se distancia con mayor frecuencia, una vez transformado, el cuerpo lo traduce en una nueva apariencia.

Color: es quizás junto con el bordado quien mayor potencia simbólica contiene, debido a que su función primaria en la retina actúa como detonante a la idea que poseemos como referente de sari.

Bordados: son quienes más fidelidad guardan en toda la traducción, casi nunca desaparecen y se ubican en las mismas partes –ribetes– comunes a todos los modelos –Bordes inferiores de las mangas y faldas, así como en ruedos y terminaciones o cuellos–.

Materiales: es lo que diferencia junto con la forma la mayor fidelidad o no a la tradición, la innovación en cada traducción es separarse de él, o bien honrarlo y sostener el texto inicial.

En la siguiente sección se muestra la tabla comparativa, (Número 1) cuya función ante el lector es busca identificar de manera clara y concisa lo anteriormente dicho en el texto escrito, de forma que para el lector o lectora le sea más comprensible las relaciones de semejanza y diferencia que manejan las prendas cuando son traducidas por una casa o diseñador con relación al vestido/texto original.

Elementos de análisis	Sari o elemento primario de indianidad	Saint Laurent	Kenzo	Etr	Adriana Santacruz
Forma	Está compuesto por una sola pieza de tela.	Emplea una chaqueta y una falda para dar la apariencia de unidad, a la que añade tocado/turbante.	Usa una chaqueta abierta y un atuendo con vestido y tocado.	Una chaqueta abierta y un vestido.	Emplea una sola pieza.
Color	Colores primarios o vibrantes	Azul cielo y bermellón	Rojos bermellones y naranjas	Negro	Colores oscuros: burgundí, granates y violetas.
Bordados	En los extremos inferiores en forma de arabescos en colores metálicos y rojos.	En color plata en los ribetes o bordes interiores e inferiores de la chaqueta	En color oro, en los bordes interiores e inferiores de la chaqueta	En color blanco en los ribetes o bordes interiores e inferiores de la chaqueta	Ausencia de bordados
Materiales	Algodón, seda o lino	Muselinas	Tafetanes y satenes	Algodón y poliéster	Lana

Tabla Número 1: Comparativo entre marcas Folk y el Sari como vestido tradicional en India

CONCLUSIONES

Dentro de los textos-Imágenes analizados que logran emerger como piezas extraídas de un folclor imaginario, hay una red de intertextualidades y conexiones lógicas que producen textos vestimentarios que como refiere Barthes desde el ámbito gramatical

El vestido escrito es expresado por el lenguaje, pero también se le resiste, y en ese juego se realiza. De modo que nos encontramos claramente con dos estructuras originales, aunque derivadas de sistemas más comunes, aquí la lengua, allí la imagen. (Barthes 1979:17-18)

Esta premisa despliega en los casos analizados formas otras de leer e interpretar las prendas tradicionales, de modo que la imagen se actualiza y se recrea, configurando nuevas maneras de antropologizar el vestido.

El análisis vestimentario como forma de análisis textual o como analogía del texto tiene que llevar a recordar aquello que decía Eco en su texto *Psicología del Vestir*

Quien haya estudiado a fondo los problemas actuales de la semiología –los signos) no puede hacerse el nudo de la corbata, por la mañana ante el espejo, sin tener la sensación clara de seguir una opción ideológica, o, por lo menos, de lanzar un mensaje, una carta abierta, a los transeúntes y a quienes encuentra durante la jornada. El vestido es comunicación. (Eco 1976: 101)

Cuando se vive en una sociedad atravesada por la imagen de parte a parte, –imagen en movimiento, imagen trasmedial, imagen impresa...– La mirada que se establece sobre el vestido es también la mirada que se establece sobre una parte de esa cultura *imago* y cuyo entramado puede arrojar pistas un poco más claras sobre los movimientos que la sacuden internamente y que nosotros meros espectadores apenas podemos sentir en el agitación y el flujo continuo de tales imágenes que moldean nuestro cuerpo y construyen y deconstruyen la apariencia como signo de identidad contemporánea.

Quedan pendientes varios interrogantes a resolver como un análisis *más detallado* de las colecciones en su totalidad, deshilvanar los posibles referentes de los imaginarios de sus diseñadores o directores creativos, sobre los cuales descasan sus creaciones, ver las referencias de tales textos artísticos, cómo construyen esos nuevos textos que se encuadernan sobre el cuerpo, son interrogantes abiertos que suponen una mayor profundidad en el modelo comparativo.

NOTAS

1. Para esto se hace necesario entender la gramática en un campo expandido como lo señala Umberto Eco en el Tratado de semiótica general al imbricar la gramática y la semiótica incluyendo: Las diferentes investigaciones sobre las GRAMÁTICAS NARRATIVAS y sobre las estructuras del relato, que van desde la sistematización de los repertorios más institucionalizados –como ocurre en los estudios etnográficos) hasta las GRAMÁTICAS TEXTUALES más recientes, que intentan descubrir sistemas de reglas que actúan al nivel de sectores de discurso enormes, vinculadas, por un lado, a la LÓGICA DE LAS PRESUPOSICIONES y, por otro, a las diferentes ramas de la RETÓRICA, que la semiótica contemporánea está volviendo a descubrir como disciplina precursora, semiótica *ante litteram* del discurso (Eco 2000: 92).
2. Espacio alosemiótico: un término propio de Yuri Lotman, semiólogo ruso, anteriormente mencionado y que designa este término para referirse a aquello que está por fuera de la semiosfera, aquello que no puede conocerse porque sencillamente no se conoce o no se ha experimentado. En referencia al modelo analizado, La India es ese espacio alosemiótico que no conocemos quienes no hemos ido, pero que gracias a las traducciones dadas por los diseñadores y marcas podemos comprender.
3. The family-run company was set up by patriarch Gimmo Etro in 1968. Returning from his travels laden with fabrics from the Far East and North Africa, he replicated these designs onto sumptuous cashmere, silk and linen. These he supplied to top couture houses and designers Armani, Mugler and Lacroix, earning himself the title “Grand Man of Italian Textiles.” (D. T. Buttolph Angela 2001: 153)
4. Kenzo: its diseñador, opened his first shop in Paris in 1970. Since it was decorated with jungle

prints, he called it Jungle Jap, a name which soon became popular with young, fashionable models who were looking for fresh, spirited clothes. Inspired mostly by traditional Japanese shapes, Kenzo's early, highly desirable collections included easy-to-wear smocks, tunics, oriental blouses and wide legend trousers. (Buttolph Angela, y otros 2001, 247)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BACHTIN, M. (1981) *The dialogic imagination*. Austin: University Press.
- BARTHES, R. (1979) *El sistema de la moda*. Barcelona: Gustavo Gili, S.A.
- BUTTOLPH, A., DOE, T., MACKRELL, A., MARTIN, R., RICKEY, M., y WATT, J. (2001) *The Fashion Book*. China: Phaidon.
- ECO, U. (1976) *Psicología del Vestir*. Barcelona: De Bolsillo.
- (2000). *Tratado de Semiótica General*. Barcelona: Lumen S.A.
- LOTMAN, Y. (2011) *Estructura del Texto Artístico*. Madrid: Básica de Bolsillo, Akal.
- (1996) *Semiosferas*. Madrid: Cátedra.
- SAID, E. (2008) *Orientalismo*. Barcelona: Debolsillo, 2008.
- SIMONNET, D. y PASTOUREAU, M. (2006) *Breve Historia de los colores*. Barcelona: Paidós.
- SISTO, V. (2015) “*Bajtín y lo Social: Hacia la Actividad Dialógica Heteroglósica*”. En Universitat Autònoma de Barcelona: Departament de Psicologia de la Salut y Psicologia Social (ed.) *Athena Digital*, 3-29. Barcelona.

