

Streetstyle: una relación personal con el vestido de moda originada a partir de la virtualidad

Ángeles Maldonado

RESUMEN: Este artículo está basado en la descripción de un proceso. En septiembre de 2014 di inicio formalmente a un trabajo de investigación dentro del campo de las artes visuales; el cual quedo integrado en la tesis de Maestría en Producción y Enseñanza de las Artes Visuales titulada La condición del streetstyle en la Mérida Contemporánea, entre la calle, la moda y el arte. Sin embargo, esta investigación tiene un trasfondo; en realidad el proceso comenzó tres años atrás. Esta narración tiene por objeto hacer visible, desde sus orígenes, un proceso que dio lugar a una investigación formal en artes visuales; pero que ha de seguir su curso moviéndose de un campo disciplinar a otro. Se trata, en este caso, de un proceso que actúa como una variable que se va transformando en función de las necesidades del investigador.

De Gorostegui, Erick. (2018). "Blanco Supremo: de la mística a la forma, pasando por el racismo e insinuando la desigualdad.". AV Investigación 8-2018, Revista Académica del CINAV-ESAY, pp. 35-52.

> Recepción: 16 de noviembre de 2017 > Aceptación: 8 de diciembre de 2017

Minicios a mediados del año 2011 a partir de una práctica derivada del ocio. Por un período de aproximadamente dos años, bajar de Internet fotografías de atuendos se convirtió en una prioridad dentro de mis actividades cotidianas. En ese entonces me consideraba una especie de productora de imágenes; por lo que almacenar estas imágenes clasificadas en carpetas resultaba en un tipo de producción autosatisfactoria. La conformación de este archivo tenía la finalidad de armar un repertorio que funcionara como una guía para realizar compras de ropa y accesorios. Algunas de estas imágenes eran descargadas de sitios online de cadenas de moda rápida; y es a través de una de estas plataformas que se dio mi encuentro con *People!*

People! fue una campaña lanzada por *Zara.com* en el 2011, que consistía en un concurso de fotografías de estilismos que incluyeran prendas de vestir y accesorios de la tienda. Estaba descrito por *Zara* como un nuevo contenido que tenía como fin colaborar con la gente que estaba interesada en la moda; y había un premio de €300 para los participantes que fueran publicados. Además de links al catálogo de *Zara.com*, éstas imágenes mostraban links a otros sitios de Internet. Y es de tal manera que por medio de una fotografía de Giorgia y Giulia Tordini (diseñadora de modas y estilista respectivamente, a la fecha con cierta proyección como portadoras de estilo en la industria de la moda) acceso al sitio *web* de *Garagemag.com*. Actualmente *Garage* es una publicación bianual rusa creada por Dasha Zhukova que contempla en sus contenidos temas relacionados con la moda y el arte contemporáneo; pero en ese entonces el sitio estaba en construcción. La página solamente mostraba un mosaico interminable de fotografías de personas portando atuendos de calle, entre los que se percibían ciertas correspondencias entre uno y otro. Las imágenes no tenían más información que el nombre de la persona que posaba, la fecha y el lugar

de la captura, y el sitio web a donde pertenecían. En este mosaico podía percibir esa conciencia que un sistema connotado en el plano de la representación provoca en el espectador de acuerdo con Barthes (1970): no ya una conciencia de estar allí de la cosa, sino una conciencia de haber estado allí. La mayoría de las imágenes redireccionaban a sitios de moda, y en algunos casos a blogs específicamente de streetstyle como *NYC Street File* de Chantal Adair. En este punto del proceso, me di cuenta de la existencia de un término empleado para clasificar y difundir este tipo de imágenes: streetstyle.

Las correspondencias que detecté en la vestimenta de los individuos en las fotografías encontradas en *Garage*, dieron pie a cuestionarme acerca de la probabilidad de que el acto de vestir fuese una forma producción artística. Por otra parte, asocie a estos con la idea de la existencia de una comunidad virtual que se relacionaba a través del vestido. ¿Qué sucedía con las imágenes de streetstyle, que no sucedía con las demás? Me daban la oportunidad de identificarme como parte de esta comunidad virtual con la que compartía un fuerte interés en el vestido de moda; el cual se sustentaba en prácticas como la compra, la acumulación de prendas y la autosatisfacción al portarlo con la finalidad de generar acciones de reconocimiento en el espectador. Sin embargo, había reflexionado acerca del acto de vestir como una forma de producir, pero aún no podía vislumbrar esas imágenes como arte.

Es la asistencia al 7° *Coloquio de Alumnos de Posgrado de la Escuela Nacional de Artes Plásticas* en el año 2013, el acontecimiento a partir del cual tengo la posibilidad de reconocer al streetstyle como una forma de hacer arte, ya sea desde el plano de la realidad o de la representación. Conocer la obra de la artista Tania Diego y Yuriko Estevez en el coloquio, detonó en la comprensión de que el arte contemporáneo reconoce a la fotografía de moda y al material fotográfico de archivo como temas



Imagen 01. Campaña People! en Zara.com (Sweetsaintlife.blogspot.mx, 2012).



Imagen 02. Fotografía de Giulia y Giorgia Tordini publicada en People! (Zara.com, 2011).



Imagen 03. Trabajo de la artista Tania Diego (Contributormagazine.com, 2017).

de trabajo en proyectos de investigación en arte. Reflexionar acerca del carácter de las imágenes con las que estas dos artistas habían estado trabajando en sus investigaciones, abrió para mí la posibilidad de abordar un tema de moda en una investigación formal dentro del campo de las artes visuales.

Con la finalidad de obtener respuestas a los cuestionamientos que estaban teniendo lugar, en este punto del proceso, adquirió forma el proyecto de tesis. Comencé a abordar el tema a partir de dos conceptos: moda y ciudad.

¿Por qué la ciudad? Las imágenes encontradas en *Garagemag.com* mostraban un dato que las relacionaba no solo por el carácter de la vestimenta de los individuos que estaban posando; los lugares en donde las capturas se habían realizado eran ciudades. En su mayoría, se trataba de ciudades capitales como Nueva York, Tokio, París, Ciudad de México, etc.; pero también tenían presencia otras que llamaron mi atención como Oaxaca y Tijuana. Por otra parte, detrás de las personas, se hacían visibles elementos como cortinas metálicas de establecimientos, automóviles, bicicletas, semáforos, avenidas y edificios; los cuales remitían inevitablemente a una idea general de urbanidad. Lynch (1960) da inicio a *La imagen de la ciudad* afirmando: “Observar las ciudades puede causar un placer particular”. También menciona que los elementos móviles de una ciudad son tan importantes como las partes fijas, refiriéndose a las personas y sus actividades. En lo personal, observar los atuendos que portan las personas de las grandes urbes, también podría causar un placer especial. Incluso por medio de la virtualidad.

(...) la ciudad es una construcción en el espacio, pero se trata de una construcción en vasta escala, de una cosa que solo se percibe en el curso de largos lapsos. (...). En cada instante hay más de lo que la vista puede ver, más de lo que el oído puede oír, un

escenario o un panorama que aguarda ser explorado (Lynch, 1960).

A partir de las afirmaciones de este autor, es que comencé a pensar que aquello que conectaba a ciudades tan diferentes en un mosaico virtual de fotografías de atuendos de calle, podía estar en ese panorama que espera por ser explorado.

¿Qué es la moda? Actualmente la palabra moda es de uso cotidiano y es común encontrarla en frases como “está de moda”, “es la moda”, “artículos de moda”, “cantante de moda”, entre otras; o en palabras compuestas diseñadas con fines comerciales como “Modatelas” o “Modaclub”. Podría decirse que la palabra es utilizada deliberadamente, pasando por alto su significado. Moda proviene del latín *modus*, “modo” o “medida” y en sus definiciones más comunes moda se refiere a: a) uso, modo o costumbre (o conjunto de ellos), propio de un grupo, que está en boga durante algún tiempo o en un lugar determinados y b) conjunto de prendas de vestir, adornos y complementos que se basan en esos usos, modos y costumbres. Al sumar las dos definiciones coloquiales, la palabra adquiere una más compleja: la moda es la vestimenta que tendemos a usar bajo cierto código (usos, modos y costumbres) que predomina sólo durante algún tiempo en cierto lugar. Por otra parte, cuando el patronista dice que va a poner la moda sobre el patrón base, se refiere a una forma que la prenda proyectada sobre el papel ha de adquirir en la realidad; la cual obedece al código de vestimenta al que vaya a pertenecer.

Estudiosos del tema como Rivière (1977), han definido la moda como:

“... el gran rito de la cultura de masas: sin saber casi ni cómo ni porque, miles de personas del llamado mundo occidental aceptan, sin apenas discusión ni reflexión,

la mágica e irracional dictadura del cambio periódico de vestimenta” (Rivière, (1977).

Cuestionando el hecho de que realmente las personas estemos de acuerdo con este cambio periódico. Para Rivière, el motivo de tal actitud, radica en “seguir a los demás”. Sin embargo, en un contexto como el del arte, este cambio podría repensarse no como una imposición; sino como una herramienta para mantener un ritmo constante en cierto tipo de producción visual dada a partir del acto de vestir.

Estas definiciones, incluyendo la de Rivière, resultaron insuficientes para abordar el tema de la moda. Entre los autores seleccionados para este concepto, estaba Roland Barthes con *Sistema de la moda*. Este autor asocia la moda con el simulacro. Esta asociación se volvió de mi interés, ya que el tema del streetstyle estaba relacionado con una comunidad que se hacía visible en un entorno simulado por medio de la fotografía. Barthes (1967) afirma que la moda crea sus propias funciones para hacer que cualquier vestimenta se convierta en vestido de moda.

Para obnubilar la conciencia contable del comprador, es necesario extender un velo de imágenes, de razones, de sentidos, elaborar a su alrededor una sustancia mediata, de orden aperitivo, crear, en fin, un simulacro del objeto real, sustituyendo el pesado tiempo del desgaste por un tiempo soberano, libre de destruirse a sí mismo por un acto de *potlatch* anual (Barthes, 1967).

El objeto real son las prendas de vestir, que pierden toda relación con su estructura técnica. Esto quiere decir que si un saco ha de funcionar diez años obedeciendo al desgaste natural de los materiales con los que fue fabricado; para la moda solamente

ha de durar seis meses, el tiempo estipulado por el *fashion-group* para los cambios de temporada. De acuerdo con Barthes (1967), el *fashion-group* es un grupo de entes que desde algún privilegiado dictan la moda. Para este autor, el simulacro se da por medio del lenguaje a través del vestido escrito en las publicaciones de moda. En la actualidad, se incluyen las publicaciones electrónicas como los blogs.

Barthes (1967) selecciona como corpus para su investigación las revistas *Elle*, *Jardin des Modes*, *Vogue* y *L'Echo de la Mode* publicadas entre junio de 1958 y junio de 1959. Lo que hace es inventariar las prendas mencionadas y clasificarlas en géneros y especies. Por ejemplo, género zapatos: las especies son babuchas, botas, botines, chinelas, escarpines, tenis, mocasines, polainas, *Richelieux*, sandalias, zapatillas, zapatos. En total obtiene cincuenta y ocho géneros. Y también hace un inventario de treinta variantes que afectan formalmente a las prendas; a partir de lo cual se crean las funciones y razones del vestido de moda.

Desde mi punto de vista, el simulacro también se da por medio de la representación en la fotografía streetstyle. Por lo tanto, hice una comparación entre el vestido escrito de Barthes y el vestido-imagen del streetstyle, obteniendo que las variables afectan en cuanto a sentido de moda de igual manera a uno y otro. A partir de este ejercicio, la conceptualización de la moda como simulacro queda comprendida. Por consiguiente, esto dio cuenta de que el código de vestimenta al cual obedecía la comunidad virtual de streetstylers encontrada en *Garagemag.com*, probablemente se había originado a partir de esta condición de la moda de operar a partir del simulacro.

La necesidad de indagar en el streetstyle a nivel concreto se manifestó en la investigación a partir de esta suposición. Comencé a ubicar autores de fotografía streetstyle en el contexto internacional. El resultado quedó integrado en un panorama

histórico-cronológico de este estilo fotográfico.

a) *Los Sééberger de Lyon*. Fueron los hermanos Sééberger originarios de Lyon, Jules (1872-1932), Louis (1874-1947) y Henri (1876-1956), quienes durante la década de los veinte y treinta se dedicaron a tomar fotografías de estilismo en París. A juzgar por sus imágenes recopiladas en la publicación *Elegance: The Sééberger Brothers and the Birth of Fashion Photography* (2007) y difundidas en blogs de moda en Internet; estos fotógrafos recorrían todo tipo de espacios públicos, entre los que destacan balnearios y puertas de los grandes almacenes. En sus fotografías se hace visible la *bright young people*; jóvenes de clase alta que se manifestaban por medio de la vestimenta en contra de los estatutos de la clase social a la que pertenecían. Es identificable en este la figura de la *flapper*.

b) *Bill Cunningham*. Años después, en el continente americano, William J. Cunningham (1929), nacido en Boston, mejor conocido como Bill Cunningham. Fotógrafo desde la década de los sesenta. Mientras trabajaba para la revista de moda *Women's Wear Daily*, también se dedicaba a tomar fotografías de la moda que se veía en las calles neoyorkinas. En 1978 el *New York Times* publicó una serie de sus fotografías improvisadas, entre las que se encontraba una de la famosa actriz Greta Garbo; las cuales terminaron convirtiéndose en una sección del periódico. Y es así como nace *On the Street*. Se trataba de una columna en el *New York Times* en donde cada número era dedicado a un ítem diferente; un día era el impermeable, otro el tacón de aguja, otro el sombrero, etc. De esta manera su trabajo constituye un inventario como el de Roland Barthes, solo que en materia de representación.

c) *i-D*. Antes de abundar en el tema de los blogs, cabe mencionar Londres de 1980. Terry Jones (1945), ex

director de arte de la revista *Vogue* británica, creó *i-D*; era una revista dedicada a la moda, la música y el arte.

i-D es la publicación pionera en hacer el estilo híbrido de documental de moda, un tipo de fotografía llamado *Straight-Up*. Al principio se documentaban a *punks* y chicos *new wave* de las calles de Londres, a los cuales solo se les pedía que se colocaran frente a una pared blanca. Estas fotografías de las personas de la cabeza a los pies, conforman un archivo histórico que han validado al *Straight-Up* como un estilo de hacer documental fotográfico (*i-D Magazine*, s.f.).

El trabajo de este autor es relevante en la investigación debido a que es el primero en referirse a éste estilo fotográfico como documental. Por otra parte, con los *straight-ups* comenzaron a sentarse las bases para la identificación de elementos compositivos que posteriormente determinarán que fotografías entran en la clasificación de streetstyle.

d) *Blogueros*. Destacan entre la cuantiosa cantidad de blogs de streetstyle que abundan en Internet cuatro casos.

The Sartorialist. Scott Schuman (1968), mercadólogo y patronista originario de Indiana, creó en el 2005 el blog titulado *The Sartorialist* (*thesartorialist.com*) inspirado en el blog de interiorismo *Design Sponge* (Gómez Urzaiz, 2012). Este autor es admirador de Bill Cunningham; lo cual se hace visible en sus títulos y descripciones en las entradas al blog.

Face Hunter. En 2006 el fotógrafo suizo Yvan Rodic (1977) creó el blog titulado *Face Hunter* (*facehunter.com*). Su trabajo se basa en viajes a diferentes ciudades, en donde se dedica a capturar los mejores atuendos de los asistentes a fiestas y eventos de moda.



Imagen 04. Flappers en las fotografías capturadas por los hermanos Séeberger de Lyon.

NYC Street File. Otro caso particular es Chantal Adair (1989), residente en Nueva York. Inmersa en el mundo de la moda como modelo profesional, vislumbró la posibilidad de jugar el rol opuesto: el de fotógrafa. Y es como en el 2011, creó el blog titulado *NYC Street File* (nycstreetfile.com).

Diario de fiestas. Cabe mencionar el trabajo del fotógrafo mexicano César Arellano, fallecido en el 2011, en su blog titulado *Diario de Fiestas* (diariodefiestas.com). Arellano estaba relacionado con la industria de la moda mexicana por su trabajo para las revistas *Vogue*, *192* y *Gatopardo*. Inspirado en los blogs *The Sartorialist* y *Face Hunter*, creó el blog en 2006.

Después de encontrarme con un referente mexicano,

resultado necesario salir a la búsqueda del streetstyle a nivel local. ¿Era posible figurar a la par de estos autores viviendo en la ciudad de Mérida? ¿Cuál era mi posición frente éste fenómeno internacional conocido como streetstyle?

Decidí emplear una herramienta de la investigación cualitativa de acuerdo con Martínez Miguélez (2006); el método etnográfico. Entre los nuevos paradigmas del arte, surge el concepto del artista como etnógrafo. De acuerdo con Foster (1996), el artista es nativo e informante, así como etnógrafo. El artista opera desde la alteridad: lo que al artista le interesa es la política del otro, primero proyectado, luego apropiado (condición o capacidad



Imagen 05. Columna On the Streets en el New York Times.

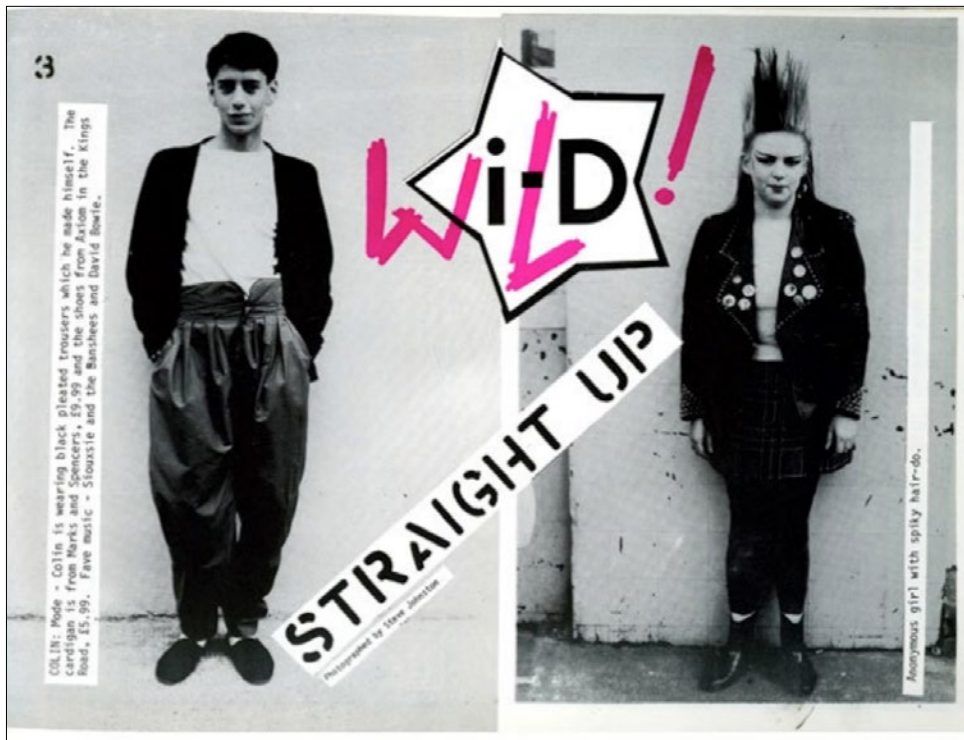


Imagen 06. Sección Stright-up en i-D One Issue (1980).

de ser otro o distinto). El modelo de productor entonces es etnógrafo.

“El arte paso al campo ampliado de la cultura del que la antropología se pensaba que había de ocuparse. Es entonces que, el deseo o la enfermedad, el sida o la carencia de hogar, se visualizan como lugares para el arte”, afirma Foster (1996). A partir de esto, me pregunté nuevamente si el streetstyle era un lugar para el arte. Dado el mapeo como una estrategia de investigación-producción en este modelo, identifiqué el mapeo de streetstyle en Internet como una forma de producción masiva virtual de representaciones de vestido de moda. En este quedaba conformada una comunidad sujeta de ser estudiada.

“Son objeto de estudio etnográfico aquellos grupos sociales que, aunque no estén asociados o

integrados comparten o se guían por formas de vida o situación que los hacen semejantes”, afirma Martínez Miguélez (2006). En el gran mosaico virtual de streetstyle se conectan individuos que pueden estar situados en el plano de la realidad a un metro de distancia; o bien, estar en distintos continentes. Esta conexión está dada en su totalidad por aquella vestimenta que obedece a ciertos usos, modos y costumbres; en este caso, los que la moda misma impone. Se trata de una comunidad virtual a través de la cual se materializa la idea de la moda como simulacro.

¿Cómo entrar en esta comunidad? Afirma Foster (1996), que el artista etnográfico puede colaborar con una comunidad asentada, únicamente para reorientar este trabajo hacia otros fines. De acuerdo con el artista Raúl Ortega, el artista etnógrafo



Imagen 07. Trabajo de Scott Schuman en The Sartorialist (2017).



Imagen 08. Trabajo de César Arellano en Diario de Fiestas (2010).



Imagen 09. Apunte de bitácora (2016).



Imagen 10. Participación con Kats Like Dogs en el movimiento de los bazares (Fx Alternativo, 2017).

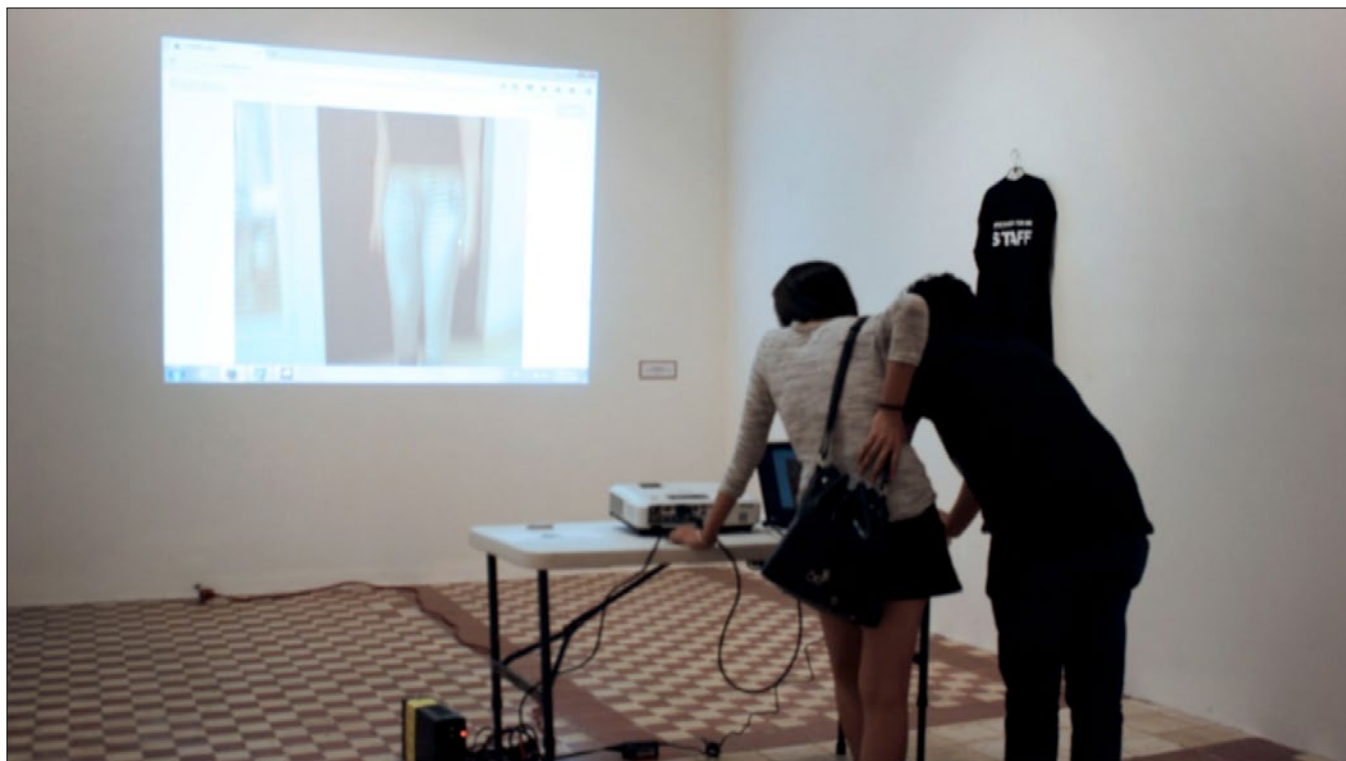


Imagen 11. Lowercase F en Un Blog, una marca y una temporada.

se introduce en mundos a los que no pertenece, pero en los que puede ver material en potencia. Este es participe de un proceso de inmersión en la comunidad elegida. En palabras de Foster (1996): “uno elige un sitio, entra en su cultura y aprende su idioma, concibe y presenta un proyecto, únicamente para pasar al siguiente sitio en el que se repite el ciclo”.

En este sentido, me di a la tarea de ubicar en Mérida una comunidad relacionada con el vestido de moda; la cual vislumbré como el acceso al streetstyle local sujeto a sumarse por medio de la representación al streetstyle de la comunidad virtual de la red. Es de tal manera que me involucré con el movimiento de los bazares en Mérida, iniciado por Valentina Escalante en el 2009.

Este proceso de inserción comenzó asistiendo a los

bazares como streetstyler con la finalidad de generar reconocimiento como tal en la comunidad. En dos ocasiones el cometido se logró, y una de estas fotografías fue publicada como streetstyle en el blog Urban Tolok del fotógrafo Jorge Navarrete. Con este hecho, me idéntico de lleno como actor dentro de la investigación. Al observar la asistencia de otros streetstylers a los bazares es que decidí cambiar de papel: comencé a presentarme como fotógrafa de streetstyle. Con esta práctica conforme un archivo considerablemente grande de streetstyle meridano. Sin embargo, de la observación de estas imágenes, aún derivaba la duda de si el vestido que portaban estos streetstylers provenía de las mismas motivaciones que el mío. A partir de esta reflexión, es que se presentó la necesidad de involucrarme de lleno con la comunidad; por lo que, comencé a formar parte del



Imagen 12. Stand en Un Blog, una marca y una temporada.

grupo de diseñadores emergentes que se presentaban en estos eventos. Para ofrecer un vestido de moda, me informé acerca de las tendencias dictadas por el fashion-group para el 2014; de tal manera creó la marca Kats Like Dogs de estilo normcore. Este es un concepto lanzado como tendencia para el 2014 por la agencia K-Hole (2013). En este cambio, observé que los streetstylers a los que les tomaba fotografías, no compraban la ropa ofertada en los bazares. El consumidor de los productores locales era aquel que estaba en busca de vestido funcional y de bajo costo; lo cual no coincidía con el streetstyle que es vestido formal que obedece a funciones simuladas por la moda misma.

La vestimenta de los streetstylers a los que les tomaba fotografías tenía más relación con lo que venden las

cadenas de moda rápida que operan en la ciudad; y es a partir de esta observación que me desplazé hacia la comunidad de dependientes de la tienda *Zara* de grupo *Inditex*. En esta comunidad me encontré con otro tipo de streetstyler: el comprador asiduo a estas cadenas. Aquí se dieron algunas coincidencias entre los compradores y los streetstylers que visto en los bazares. Por otra parte, cabe mencionar las acciones diarias de los dependientes. Estos hacen a diario de su vestimenta cotidiana un vestido de moda virtual que se hace visible en plataformas como *Facebook*, *Instagram* y *Snapchat*. Al bajar del almacén portando ya el uniforme, esta situación no cambia; el uniforme (considerado vestido universal) se convierte en un vestido impuesto como vestido de moda.

Lo que buscaba comprender por medio de estas inserciones, era la experimentación

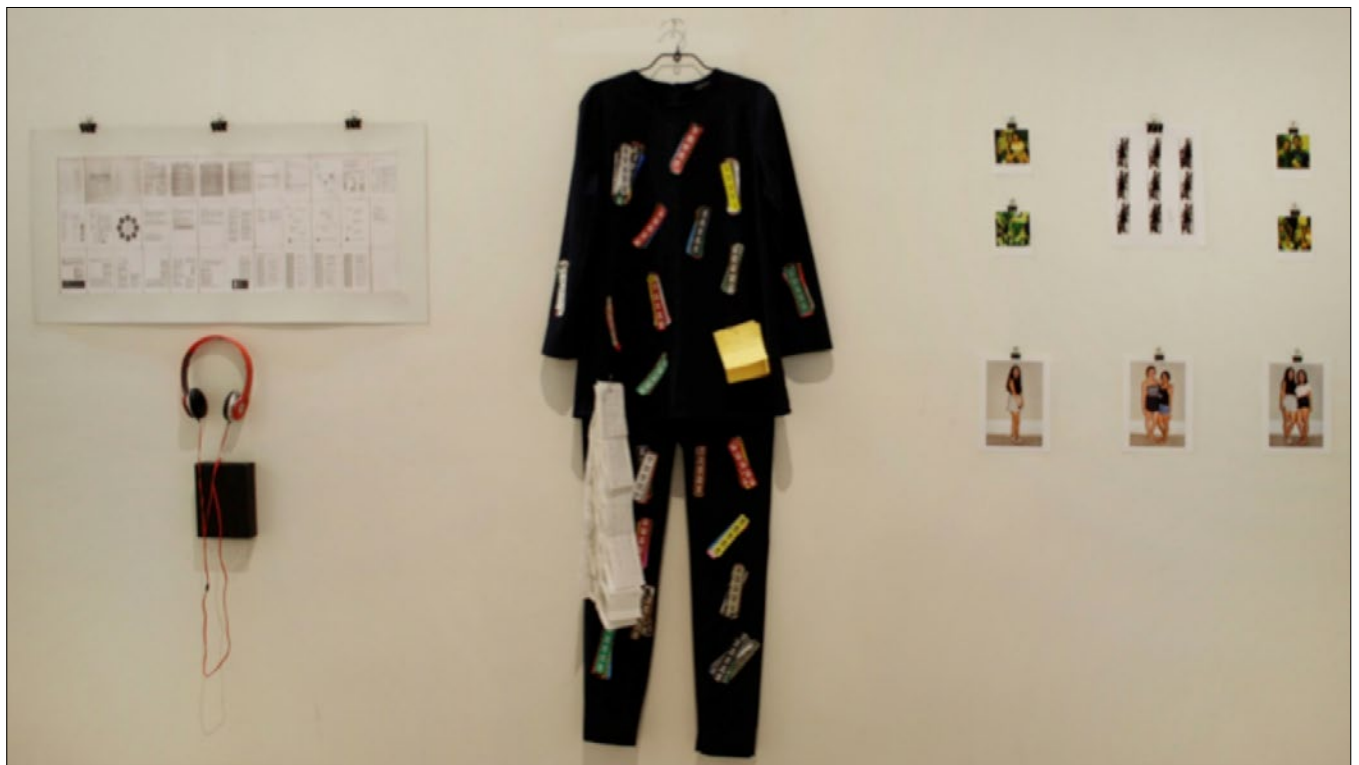


Imagen 13. Cuatro meses de Soft & Casual Trendy en Un Blob, una marca y una temporada.

del fenómeno en los otros. Ser parte de estas comunidades me permitió realizar un sondeo acerca del conocimiento del streetstyle en la ciudad de Mérida. Por otra parte, de las experiencias vividas en estas, surgió la necesidad de ver los vestidos encontrados conviviendo en un mismo espacio.

El dispositivo que decidí emplear para hacerlos converger fue la exposición, por tratarse de un *denkraum*, como afirma Didi-Huberman (2010): un espacio para el pensamiento. A la cual se refiere también, como un ensayo basado en relaciones entre imágenes, que pueden ser repensadas una y otra vez; un dispositivo asociado al nomadismo y a la desterritorialización. Desde mi punto de vista, presentar al streetstyle en una exposición constituye una toma de postura ante el fenómeno. Es hacer pública mi opinión acerca de cómo percibo el streetstyle en la ciudad en donde vivo. Y es generar un espacio en el cual el espectador, también tome su propia postura.

(...) que los espectadores no sean más espectadores (...). (...) el espectador debe ser liberado de la pasividad del testigo (...). Debe confrontarse con el espectáculo de algo extraño, que se presenta como un enigma que demanda de él una investigación sobre las razones de su extrañeza (Rancière, 2008).

En este punto, presentar al estilo de la calle meridano a través de un dispositivo específico de la moda, implicaría direccionar la interpretación del espectador; así como sus acciones. Devendría en un pensamiento limitado ante la concepción del vestido de moda. En palabras de Didi-Huberman (2010), una exposición no debe tratar de tomar el poder sobre los espectadores; sino proporcionar recursos que incrementen la potencia del pensamiento. Como productor el autor puede calificar sus prácticas como

arte, moda o ninguna de las dos; pero en este caso, se espera que el espectador también sea productor. Por lo que, tendrá que estar dotado de las mismas posibilidades.

Como parte de esta investigación, se presentó la exposición *Un blog, una marca y una temporada* en la galería de la Escuela Superior de Artes de Yucatán el 15 de noviembre de 2016. Se presentaron tres piezas que van de la mano de acciones en relación al vestido, a nivel de representación: 1) *Lowercase F*, un blog virtual de fotografía streetstyle alojado en *Tumblr.com*, el cual estuve integrando por un periodo de dos años con las fotografías de los streetstylers de los bazares; 2) *Stand*, el montaje del *display* de la marca de ropa *Kats Like Dogs* que se presentó en los bazares por un periodo de aproximadamente año y medio; y 3) *Cuatro meses de Soft and Casual Trendy*, una serie de objetos que incluyó el uniforme y una *playlist*, la evidencia de un lapso de cuatro meses laborando como dependiente para la cadena *Zara*.

Como artista me cuestione el acto de vestir como una forma de producción relacional, en la que intervienen elementos que van desde el deseo que una imagen produce, las sensaciones que emanan de su contemplación, la obsesión-compulsión por la compra, el coleccionismo de ropa, la edición del atuendo diario, lo experimentado corporal y emocionalmente al portar el atuendo y lo que se fotografía, se difunde y se escribe acerca del mismo. Por lo que, en el dispositivo exposición encontré una vía para visualizar como un todo, estos elementos. Tanto productor como espectador debían encontrarse frente a frente con diferentes vestidos de moda: el representado alojado en un sitio *web*, el ofertado como vestido de tendencia sujeto a ser comprado y el vestido universal impuesto como vestido de moda.

Conclusiones

El entorno con el que me encontré por medio de las inserciones a comunidades relacionadas con el vestido de moda en Mérida no es algo que esté sucediendo justo en el ahora, sino que se trata de un comportamiento social que se manifiesta en los habitantes de la ciudad desde principios de siglo XX. En general, la ciudad mantiene hasta la fecha una tendencia a aproximarse a los estilos de vida de las grandes urbes; lo cual se refleja claramente en la arquitectura y la vestimenta de la clase alta durante la primera mitad del siglo. Haciéndose visible en la clase media a partir de la segunda mitad. Dos documentos gráficos dan cuenta de lo afirmado: *Mérida el despertar de un siglo* (fotografías del archivo Pedro Guerra) y *Mérida entre dos épocas* (trabajo de fotógrafos que radicaban en Mérida durante la segunda mitad del siglo XX). Las fotografías que integran estos documentos no son streetstyle en cuanto a formato; pero si son representaciones de la imagen de la ciudad en el siglo XX y del comportamiento de sus habitantes.

Por otra parte, de la observación de éste entorno, identifico que el simulacro de la moda en Mérida se da por medio de la creación de un artificio contextual que nos aproxima a través de la virtualidad a otras formas de apreciación de la ciudad y de la industria de la moda. A diferencia de otras generaciones, mi relación con el vestido de moda se dio por medio de Internet; lo cual dio la pauta para visualizar conviviendo en una misma plataforma entornos que en la realidad difieren totalmente.

Para finalizar, es pertinente hacer mención de la situación de la moda en Mérida. Más allá del ambiente festivo de los bazares y el protagonismo manifestado en el streetstyle, concluyo que la moda como disciplina en nuestro medio carece de argumentos para su debida profesionalización. Esto

no quiere decir que no contemos con una trayectoria en carreras de moda. Se trata de un campo disciplinar escolarizado, más no profesionalizado. A pesar de contar con puntos fuertes en nuestro medio en relación con la manufactura artesanal, se sigue produciendo moda genérica que copia modelos importados y los reproduce para su consumo. Para generar una moda auténtica es válido alinearse con las tendencias, sin perder de vista la individualización de la misma; la cual no necesariamente tiene que originarse en el concepto de localidad. La moda de determinado lugar puede adquirir valores propios por medio de conceptos incluso personales.

Fuentes de consulta

Libros

- Arco, E., Chablé, S., Guzmán, A., Hallgren, G., Rasmussen, Ch., Rendón, V., Rivero, Y. y Suaste, H. (1992). *Mérida, entre dos épocas*. Mérida: Gobierno del Edo. De Yucatán y CULTUR.
- Badiou, A. (2010). El acontecimiento. En F. Tarby y I. Agoff (Eds.), *La filosofía y el acontecimiento. Seguido de una breve introducción a la filosofía de Alain Badiou* (pp. 21-26). Buenos Aires: Amorrortu, 2013.
- Barthes, R. (1967). *Sistema de la Moda*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Chardin, V., Demange, X. y Aubenas, S. (Eds.). (2007). *Elegance: The Seeberger Brothers and the Birth of Fashion Photography*. Michigan: Editorial Chronicle Books.
- Foster, H. (1996). El artista como etnógrafo. En A. Brotons Muñoz (Eds.), *El retorno de lo real* (pp. 175-207). Madrid: Editorial Akal, 2001.

- Jones, T. (2010). *i-D Covers 1980-2010*. Köln: Taschen.
- Lujan Urzaiz, E. (1992). *Mérida, el despertar de un siglo*. Mérida: Gobierno del Edo. De Yucatán y CULTUR.
- Lynch, K. (1984). La imagen del medio ambiente. En E. L. Revol (Ed.), *La imagen de la ciudad* (pp. 9-19). Barcelona: Gustavo Gili.
- Martínez Miguélez, M. (2006). *Ciencia y arte en la metodología cualitativa*. Ciudad de México: Editorial Trillas.
- Rancière, J. (2008). El espectador emancipado. En A. Dillon (Eds.), *El espectador emancipado* (pp. 9-28). Buenos Aires: Editorial Manantial, 2010.
- Rivière, M. (1977). Una trayectoria histórica. En Colección Punto y Línea (Eds.), *La moda, ¿comunicación o incomunicación?* (pp. 15-28). Barcelona: Gustavo Gilli.

Mesografía

- Didi-Huberman. G. (2010). La exposición como máquina de guerra. Keywords. *Minerva. Revista del círculo de Bellas Artes*. Recuperado de <http://www.circulobellasartes.com/revistaminerva/index.php?id=20>
- K-hole (2013). *Youth Mode: A Report on Freedom [Reporte de tendencias]*. Disponible en <http://khole.net/issues/youth-mode>

Otros

- 7° Coloquio de Alumnos de Posgrado de la Escuela Nacional de Artes Plásticas (2013). Coloquio llevado a cabo por la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México.