

Homogeneización y difusión de
la moda en los medios de
comunicación audiovisual -
En torno a *El Sistema de la
Moda* de Roland Barthes

CHARO LACALLE

Facultad de Ciencias de la Información
Universitat Autònoma de Barcelona

Resumen

El sistema de la Moda constituye, en este trabajo, la referencia teórica desde donde se intenta determinar el papel de los medios audiovisuales en la homogeneización y la difusión a escala planetaria de la Moda. Al mismo tiempo, esta comunicación se plantea como homenaje a un libro cuyo (tardío) reconocimiento en cuanto texto *ejemplar* de la semiología no termina de hacer justicia a su aportación teórico-metodológica a la semiótica. En la última parte de esta comunicación se esboza una tipología de los transmisores de la Moda en el cine y, tras constatar la ausencia de *shifters* propios en la televisión, se define el papel de la pequeña pantalla en cuanto amplificador de los transmisores de Moda de las revistas y del cine.

Palabras clave

moda, barthes, semiótica, audiovisual, cine, televisión, shifters

Abstract

The System of Fashion is the main reference and the starting point to determinate the contribution of audiovisual media on homogenization and worldwide transmission of Fashion. At the same time, this paper intends to pay tribute to a book whose (late) appreciation as a paradigmatic text of the early structuralism applied. Semiotics (*Sémiologie*) is still far from recognise is theoretical and methodological contribution to general Semiotics. The final section on this paper presents a typology of Fashion shifters in movies and examines the role of TV in amplifying the Fashions shifters of movies and magazines.

Key words

fashion, barthes, semiotics, audiovisual, cinema, television, shifters

La profunda reflexión sobre la Moda llevada a cabo por Roland Barthes entre 1955 y 1967, incluye una docena de aportaciones breves (entre artículos y entrevistas)¹ preludio de *El sistema de la Moda* (1967), un libro centrado en el análisis del texto escrito de las revistas de Moda² que, salvo contadas excepciones, se ha visto rodeado de un silencio inmerecido. Considerado como el texto *ejemplar* del análisis semiológico (Marrone, 1995; Calefato 2003) o incluso como la carta institucional de la semiología (Mallac y Eberbach, 1982), “la obra que sintetiza toda la actividad semiótica de Barthes” (Greimas, 1987:303) constituye una especie de *discurso del método barthesiano*, que se enraíza ideológicamente en *Mitologías* (1957) y culmina metodológicamente en el tan aplaudido microanálisis de *S/Z* (1970), cuya fortuna crítica no impidió a su autor embocar sucesivamente derroteros tan diferentes como *El grado cero de la escritura* (1972) o *El placer del texto* (1973)³.

El incierto destino de *El sistema de la Moda* reside precisamente en ese carácter *ejemplar* que, al convertirlo en el epígono de la semiología, lastró su vocación *sincrónica* (atemporal) con una contingencia historicista que situaba el análisis del “vestido escrito” en las antípodas de la nueva semiótica del relato. La dependencia

-
1. La reflexión sobre “Barthes y el vestido” que Olivier Burguelin realiza en el número 63 de *Communications* (1996) se centra en los diferentes artículos y entrevistas a Barthes sobre el tema.
 2. El corpus de análisis de *El sistema de la Moda* comprende los ejemplares de *Elle* y *Le jardin des modes* publicados entre 1958 y 1959.
 3. “Si, por un lado, *El Sistema de la Moda* se considera un texto ejemplar del análisis semiológico, por otro lado no se comprende por qué el trabajo de Barthes se dirige, a partir de 1967, hacia direcciones completamente diferentes” (Gianfranco Marrone, 1995:140, nota 5).

saussureano-hjelmsleviana del ejercicio de Barthes contradice los postulados de cientificidad del giro semiótico que se produce hacia finales de los años sesenta, como se pone de relieve en la crítica al método semiológico que Greimas lleva a cabo en el primer volumen del *Diccionario*:

A partir de El sistema de la moda, la más hjelmsleviana de las obras de Barthes (donde para describir la semiótica vestimentaria se sirve de la mediación de la "moda escrita"; pero considera, sin embargo, que es por cuestión de comodidad y no de directiva metodológica), se llega a concebir la semiología de la pintura como el análisis del discurso sobre la pintura. El malentendido se remonta a la época en que los teóricos de la lingüística, como R. Jakobson, luchando contra el psicologismo del "pensamiento" expresado por este "útil" que es el lenguaje, afirmaban vivamente el carácter indisoluble de esas dos "entidades" (Greimas y Courtés, 1983, voz Semiología)

Por otra parte, la elección del "vestido escrito", que para Barthes constituía el "objeto más puro posible, basado en una única sustancia" (1967b:428) del sistema de la Moda, implicaba una inexorable restricción del campo de análisis que también generó insatisfacción e incompreensión allende el estructuralismo. Eco califica el libro de Barthes de "clásico", pero sostiene que la limitación del objeto de estudio le impide "abordar inmediatamente la moda como un lenguaje visual debidamente articulado" (Eco, 1972:15), mientras que Dorflès considera *El sistema de la Moda* "un hábil (y poco útil) ejercicio de léxico más que un auténtico análisis semiológico de la moda" (Dorflès, 1979:135, nota 19). Como señala Gianfranco Marrone, el libro "nace ya viejo" y no satisface ni a la "futura semiótica" ni a los "apóstoles del sentido común" (Marrone, 1995:140).

Frente a las acusaciones de futilidad a *El sistema de la moda* desde ámbitos como el deconstruccionismo (Culler, 1995), la filosofía postmoderna (Baudrillard, 1976), la crítica literaria (Thody, 1979) o la perspectiva cultural (Barnard,

1996)⁴, corresponde a la semiótica recuperar una obra que, pese a la admiración y el respeto profesados a su autor, ha producido siempre una cierta incomodidad⁵. Una semiótica sin complejos y sin temor a diluirse en el intercambio multidisciplinar, que dialogue con otros saberes y reivindique abiertamente ese “afortunado carácter *bastardo* de las ciencias del hombre”, propugnado precisamente por Barthes a partir de *El sistema de la Moda*:

[El sistema de la Moda] no es el resultado terminal de una creencia en la objetividad de la ciencia, sino el momento incoactivo de una toma de conciencia más amplia: la del afortunado carácter “bastardo” de las ciencias del hombre, especialmente de la semiótica, que hace del lenguaje el objeto y, a la vez, el sujeto de su propio análisis (Marrone, 1995:143)⁶.

A reparo de la usura del tiempo por el desinterés generalizado hacia el libro, *El sistema de la Moda* ha sobrevivido a los propios vaivenes de la semiótica y despliega, tanto dentro como fuera de sus más controvertidas páginas de inspiración lingüística, una magnífica e imperecedera reflexión sobre la Moda devenida referenté ineludible de cualquier aproximación hodierna al tema. En esta ocasión, el análisis del “vestido escrito”, que Barthes consideraba el baluarte de la significación de las revistas de Moda (1967^a:25), nos sirve de referencia para confrontar el papel de los diferentes medios de comunicación en la difusión de la Moda.

El carácter voluntariamente limitado de la travesía barthesiana por la Moda se pone de manifiesto en la ulterior reducción del objeto de estudio llevada a cabo por el autor, que se centra

-
4. Apelando precisamente a Johnatan Culler y a Philip Thody, Malcom Barnard califica, el libro de Barthes de “desastre semiológico” (Barnard, 1996:92).
 5. “¡Mirad *El sistema de la Moda* de Barthes, una obra de la que ahora se prefiere no hablar: es el resultado de un trabajo de diez años, revisado en tres ocasiones!” (Greimas, 1987:303).
 6. En relación al diálogo de la semiótica con otras disciplinas en los estudios sobre Moda véanse G. Ceriani y R. Grandi (1995) y el número 1 de *De Signis* editado por L. Escudero.

únicamente en uno de los dos sistemas de la Moda (A y B) revelados por el análisis del vestido escrito: el “sistema A” (Barthes, 1967b:430). La “moda A” es el resultado de las correspondencias que el texto escrito establece entre el vestido y sus posibles *usos, caracteres, estaciones o funciones sociales* (“los estampados se llevan en las carreras”), mientras que el sistema o “moda B” (que Barthes no incluye en su análisis) renuncia al principio de equivalencia de la moda A y se centra en la dimensión *poética* del “vestido escrito” (“el azul está de moda”)⁷.

Tras la estela de las *Mitologías*, pero convertido ahora en microanálisis semiológico, el estudio de la “moda A” revela, en *El sistema de la Moda*, los mecanismos subyacentes a la “alienación” (connotación) de la Moda, que consiste en “naturalizar” un significado latente por el mero hecho de hacerlo explícito: “la moda se oculta a la manera de un dios omnipotente y que sin embargo finge dejar al estampado plena libertad de significar *naturalmente* en las carreras” (1967^a:319). La proyección de la “moda A” en el modelo de la comunicación de Jakobson (1960), un autor cuya influencia fue decisiva en *El sistema de la Moda*, nos permite circunscribirla a la función *referencial* de los procesos comunicativos sobre los que reposa su “naturalización”. Por consiguiente, las otras cinco funciones definidas por Jakobson nos sirven para determinar las relaciones que mantiene entre sí los diferentes elementos que integran los procesos comunicativos del sistema de la moda.

Usos, caracteres, estaciones, funciones sociales (Sistema A)
referencial

Tendencia (Sistema B)
poética

Diseñador/pasarelas
emotiva

Medios
fática

Consumidor
persuasiva

Estilo
Metalingüística

7. Contrariamente a cuanto ocurría en los años cincuenta, el sistema B detecta en la actualidad la función más importante de las actuales revistas de moda: determinar las *tendencias* a partir de las propuestas estacionales de las pasarelas.

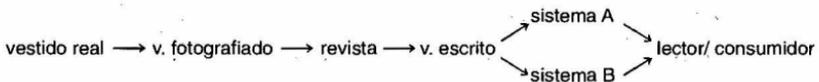
Los profundos cambios experimentados por la Moda en los años sesenta determinaron la configuración de un nuevo sistema, cuya progresiva saturación culmina en los años ochenta tras la consolidación de un *estilo* (clásico o barroco) *de los estilistas* (Calabrese, 1992; Lacalle, 2001), figurativizado en los diferentes *estilos* de mujer a los cuales remiten sistemáticamente las propuestas de los grandes diseñadores: *profesional* (Armani), *sexy* (Versace), *chic* (Chanel), etc. La concepción, en términos de esencias, que subyace a los diferentes *estilos* de mujer definidos por los estilistas, añade al juicio estético de la Moda una dimensión *estésica* (afectiva y pasional), que desplaza la centralidad de la moda *referencial* e indicativa (“sistema A”) hacia la moda *poética* y prescriptiva del “sistema B”: la moda determina “lo que se lleva” y el usuario “cuándo y dónde se lleva”. La moda B traduce el *estilo de los estilistas* (función *metalingüística*) y sus propuestas de pasarela (función *emotiva*) en *tendencias* y convierte la estructura del proceso comunicativo (diseñador-medios-consumidor) en el eje del sistema.

Frente a la especificidad de las revistas de Moda⁸, que conceptualizan “lo que se lleva” a partir de la representación paradigmática (colores, formas, largos, etc.) de las propuestas sintagmáticas (pasarelas) de los diseñadores, el papel de los medios audiovisuales en la difusión de Moda es mucho más difuso. Aunque la influencia del *star-system* en la Moda es de sobras conocida⁹, cada vez tiende más a rebasar el límite de las películas y a extenderse a todos aquellos eventos protagonizados por las estrellas de cine (ceremonia de entrega de los Oscar, festivales cinematográficos, estrenos de gala, etc.), los *magazines* televisivos dedicados específicamente a la Moda no terminan de afianzarse¹⁰, ni tampoco

8. Un informe del Estudio General de Medios (EGM), realizado entre octubre de 2003 y mayo de 2004, atribuye a las nueve revistas de Moda incluidas en el mismo (Cosmopolitan, Clara, Elle, Vogue, Glamour, Telva, Woman, Ragazza, Marie Claire) un 24,5% de lectores (3.929 sobre un total de 15.194), una cifra muy elevada si se tiene en cuenta que dichas revistas representan tan sólo el 18% de los 50 títulos comprendidos en la muestra.
9. Sobre la relación entre el cine y la Moda veáanse, por ejemplo, P. Calefato 1999 y 2001; N. Marziotti, 2001; S. Bruzzi y P. Church Gibson, 2000 (tercera parte).
10. En 2004, Fashion TV (Digital+), el único canal dedicado específicamente a la moda en España, no forma parte del sistema de medición de audiencia de TNS.

parece que la influencia de los famosos televisivos sea particularmente relevante.

El concepto jakobsoniano de *shifter* (transmisor), utilizado por Barthes para explicar la traslación entre las distintas “estructuras” que integran el proceso de difusión de la Moda (tecnológica o vestido real, icónica o vestido fotografiado y verbal o vestido escrito)¹¹, es el parámetro que utilizaremos para determinar las características de la comunicación de la Moda en lo medios audiovisuales. La tercera traslación definida por Barthes (la traslación del vestido fotografiado al vestido escrito), que funda tanto la “moda A” como la “moda B”, se realiza a través de los elementos anafóricos de la lengua “suministrados en grado pleno” (“*este*” traje sastre, “*el*” vestido de shetland) o en “grado cero” (“*rosa prendida en el cinturón*”) y denominados por Barthes “transmisores elípticos” (Barthes, 1967:24). El itinerario descrito por Barthes se puede esquematizar de la siguiente manera:



A diferencia del “vestido escrito” de las revistas, la Moda raramente se enuncia ni en el cine ni en la televisión, salvo excepciones en la ficción que no constituyen *transmisores* en el transmisor sentido barthesiano, sino más bien metadiscursos, como el film *Prêt-à-porter* (Robert Altman, 1994), el serial colombiano *Yo soy Betty la fea* (RCN 2000) o la serie estadounidense *Sexo en la ciudad* (HBO, 1998-2004), por mencionar tan sólo un par de ejemplos destacados. Pero, aunque los lenguajes

La audiencia de los otros tres canales temáticos que cuentan con espacios dedicados a la Moda es más bien modesta: en la temporada 2003-04 Cosmopolitan ocupa el lugar número 20 (280.000 espectadores), People & Arts el 49 (62.000) y Estilo el 55 (24.000). Las cadenas generalistas tan sólo incluyen noticias esporádicas sobre moda (principalmente desfiles) en los programas del corazón.

11. Jakobson denomina *shifters* a los elementos que median entre el código y el mensaje (Jakobson, 1963).

audiovisuales no cuentan con un equivalente preciso de los “transmisores elípticos” adaptados por Barthes al “vestido escrito”, utilizaremos el concepto de Jakobson en sentido figurado para denominar a todos aquellos *personajes/actores y tipologías de películas o programas que contribuyen a la transmisión de la Moda*.

En el cine, la capacidad de sugestión del *sex symbol* lo convierte en un transmisor privilegiado de modas (actitudes, comportamientos, vestido...); pero tan sólo algunos actores han asumido históricamente el rol de difusores de Moda (Grace Kelly, James Dean, Audrey Hepburn, Gwennyth Paltrow...) ¹². A diferencia de la idiosincrasia propia de las personalidades individuales, es posible agrupar las películas que han actuado como transmisores de Moda mediante una clasificación orientadora, que nos permita comprender, de manera general, la relación entre el cine y la moda:

- 1) *Movies & Designer*: la colaboración de un diseñador afirmado en una película constituye un verdadero ejercicio metadiscursivo, que puede ser de tipo *estético (look)* o *estésico* (actitud). Como ejemplo del primer caso podemos citar el vestuario diseñado íntegramente por Armani (con la colaboración de Jane Yates) para *De-Lovely* (Irwin Winkler, 2005) ¹³. Vivienne Westwood realiza, por el contrario, un ejercicio de carácter *estésico* en *Leaving Las Vegas* (Mike Figgis, 1995), al trasladar las reminiscencias radicales y existenciales de un estilo coartífice y heredero de *punk* (Lacalle, 2001) a la ropa de unos personajes abocados a la autodestrucción irremisible.
- 2) *Trend Movies*: algunas películas, como *Le amiche* (Antonioni, 1955) o *La dolce vita* (Fellini, 1960), influyen notablemente en la difusión de un determinado estilo y se

12. El carácter icono de la Moda de Jennifer Anniston – en este caso una actriz televisiva – se conforma principalmente a raíz de su relación con Brad Pitt.

13. Un film sobre Linda Porter (la esposa del músico Cole Porter), interpretado por la glamorosa actriz Ashley Judd.

convierten en emblema de una etapa de la historia de la moda Moda (representada en Italia por las hermanas Mícol y Giovanna Fontana).

3) *Cult Movies*: desde la aparición de los *Teddy Boys* a finales de los años cincuenta, en el Sur de Londres, con sus tupés y sus chaquetas *eduardianas*, la recíproca influencia entre las tribus urbanas y la Moda viene jugando un papel decisivo en la configuración de estilos y en la sucesión de tendencias¹⁴. Los ejemplos más representativos de este grupo se pueden subdividir, a su vez, en otros tres apartados:

3.1) *Anticipación*. El film de Jim Sharman *The Rocky Horror Show*, estrenado el mismo año en que Vivienne Westwood lanza su primera colección (*Sex*, 1975), influyó de manera tan notable como esta última en la configuración del *look punk*, algunas de cuyas aportaciones se han convertido en verdaderos *estilemas* de diseñadores como Versace, Gaultier o Galliano.

3.2) *Conceptualización*. *Quadrophenia* (Frank Roddman, 1979), o *Hair* (Milos Forman, 1979) constituyen un verdadero paradigma de los estilos *mod* y *hippie* respectivamente, reconstruidos *a posteriori* de manera casi filológica y convertidos en auténticos *decálogos* de Moda a partir de los años noventa.

3.3) *Recuperación*. *Zoot Suit* (Luis Valdez, 1981) recupera el estilo *pachuco* (25 años después del estreno del musical del mismo nombre dirigido por el propio Valdés) y se convierte en una película de culto, que vuelve a poner de moda en los ochenta las americanas largas de hombros anchos y los pantalones bombachos característicos de los *zooters*¹⁵.

14. Por ejemplo, la influencia del *punk* ha sido determinante en Versace, Gaultier, Galliano o Mügler; los *zoots* y los *teddy boys* sirvieron de inspiración al estilo de los ochenta, mientras que otras tribus urbanas como los *rockers* o los *skinheads* inciden ciclicamente en las tendencias de diferentes períodos de la Moda.

15. *Zoot Suit*, el legendario drama musical de Valdez, está basado en un hecho real: la condena, de profundos matices racistas, a un grupo de jóvenes chicanos (*zooters* o *pachuchos*) acusados de asesinato.

La cotidianidad de los diferentes escenarios televisivos y la creciente simbiosis entre los programas y los espectadores (*realities*, concursos, telediarios, ficción...) cancelan la distancia entre destinatarios y destinatarios sobre la que se sustenta el glamour de las revistas de moda¹⁶ y el *star-system*, mientras que la ausencia generalizada de *transmisores* en la televisión lo confina, por tanto, al papel de mera caja de resonancia, que se concreta en los reportajes sobre eventos de la Moda (pasarelas) y de la crónica social de los programas del corazón. La demanda ingente de contenidos televisivos que se producirá tras el apagón analógico (previsto en España para enero de 2012) tiene ante sí todo un territorio virgen aún por explorar y explotar.

Bibliografía

- BARNARD, M. 1996. *Fashion as Communication*. Londres-Nueva York: Routledge.
- BARTHES, R. 1957 *Mythologies*. París: Seuil.
- _____. 2003. *El sistema de la moda y otros escritos*. Barcelona: Paidós. 1967. *Le système de la Mode*, París: Seuil.
- _____. 1967. "Sobre el Sistema de la Moda", entrevista con Frédéric Gausse, *Le Monde*, 19 abril.
- BRUZZI, S-CHURCH GIBSON, P. 2000. *Fashion Cultures. Theories, Explorations and Analysis*. Londres: Routledge.
- BURGELIN, O. 1996. "Barthes et le vêtement", en *Parcours de Barthes, Communications*. n. 63, pp. 81-100.

16. El espacio dedicado a la moda en la prensa de élite es bastante exiguo. La investigación sobre los periodistas de moda realizada en Gran Bretaña por Angela McRobbie pone de manifiesto que casi todos se ven a sí mismos más como creativos que como periodistas. Por otra parte, el origen social de muchos de ellos (procedentes de clases medio alta y alta), la inestabilidad de un trabajo realizado mayoritariamente por *freelances* y la dependencia de los diseñadores han sido decisivos a la hora de configurar el carácter "promocional" del periodismo de moda, que raramente es polemiza con los eventos que refiere (McRobbie, 2000).

- CALABRESE, O. 1992. "Lo stile degli stilisti". En P. Calafato (comp.), *Moda y mundanidad*. Bari: Palomar.
- CALEFATO, P. 2001. "El cuerpo vestido, los sentidos y la escritura: entre la moda y el cine". En *DeSignis*, n. 1, págs. 213-224.
- _____. 2003. "...con una seconda nascita, la scienza di tutti gli universi immaginati": il Sistema de la Moda de Roland Barthes", en G. Manetti y P. Berretti, *Semiotica: testi esemplari*, Turín, Costa & Nolan.
- _____. 1999. (comp.). *Moda e cinema*. Genova: Costa & Nolan.
- DAVIS, F. 1992. *Do clothes speak? What makes them fashionk*. Chicago: The Unviersity of Chicago Press.
- DORFLES, G. 2002. *Moda y modos*. Valencia: Engloba. Mode & Modi. Gabriele Marzotti Editore.
- ECO, U. 1976. "El hábito hace al monje". En VV.AA. *Psicología del vestir*. Barcelona: Lumen, págs. 9-23.
- FLOCH, J. J. 1995. *Identités visuelles*. Paris: PUF.
- GREIMAS, A. J. 1987. "Algirdas Julien Greimas mis à la question". En M. Arrivé y J. C. Coquet (comps.), *Sémiotique en jeu. A partir et autour de l'œuvre de A. J. Greimas* (Actas del Convenio de Cerisy-la-Salle, 4-14 agosto, 1983), Hadès-Benjamins.
- GREIMAS, A. J.-COURTÉS, J. 1979. *Semiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. París: Hachette (*Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, Madrid, Gredos, 1983).
- MARRONE, G. 1995. "Barthes: il processo della moda", en G. Ceriani y Roberto Grandi (comps.). *Moda: regole e rappresentazioni*. Milano: Angeli, págs. 138-153.
- MARZIOTTI, N. 2001. "Ado(r)adas de la cabeza a los pies: el vestuario de las estrellas de cine latinoamericanas de los años 1930 a 1950". En *DeSignis*, n. 1, págs. 225-237.
- MacROBBIE, A. 2000. "The return to cultural production. Case study: fashion journalism". En J. Curran y M. Gurevitch (comps.). *Mass Media & Society*. Londres: Arnold, 3ª ed.
- RAGONE, G. (ed.). 1976. *Sociologia dei fenomeni di moda*. Milano: Angeli.
- SCHIER, F. 1983. "Speaking through our clothes". *New York Times Book Review*, 24 de Julio.