



*Universidad de Sancti Spiritus "José Martí Pérez"*  
*Facultad de Humanidades*  
*Departamento de Estudios Socioculturales*

## *Tesis de Diploma*

*Título: Representaciones sociales sobre la moda en los  
jóvenes universitarios espirituanos.*

*Autora: Yelena Leonor Cortés Castro.*

*Tutora: Lic. Elaine Martínez Betancourt.*

*Sancti Spiritus 2013-2014.*

## ***PENSAMIENTO***

“Toda cultura es esencialmente un hecho social. No sólo en los planos de la vida actual, sino en los de su advenimiento histórico y en los de su devenir previsible. Y no sólo en su trasplante desde múltiples ambientes extraños al singular de Cuba, sino en sus transformaciones locales. Toda cultura es creadora, dinámica y social. Así es la de Cuba, aun cuando no se hayan definido bien sus expresiones características.”

Cintio Vitier

## **DEDICATORIA**

La vida está llena de sacrificios y, han sido muchos los que he tenido que pasar para concluir mis estudios universitarios, así que dedico mi trabajo de diploma a todas las personas, que con apoyo incondicional depositaron en mí su total confianza, tanto profesional como espiritualmente.

### **A mis seres queridos:**

- ✚ A mi querida y preciosa hija, Adriana Lucia Beltrán Cortés, por ser mi gran amor.
- ✚ A mi bebita Amanda de la Caridad Carmona Cortés que estuvo dentro de mí durante los últimos meses de esta investigación.
- ✚ A ti mi querida madre, Elia Castro Díaz, que eres mi primer ídolo, porque de ti he aprendido muchas cosas.
- ✚ A ti mi querido difunto padre, Adrián Cortés, gracias por inspirarme espiritualmente a ser cada día mejor.
- ✚ A ti mi querida hermana, Yanet Cortés, por el gran apoyo que siempre me has brindado.
- ✚ A mi amado esposo, Domingo Amilcal Carmona Coca por darme siempre todo su amor, además de estar siempre a mi lado.
- ✚ A mi sobrinito, Denis Ray Jiménez a quien quiero y amo como mi hijo.
- ✚ A ti mi tutora y amiga, que me distes toda tu ayuda, apoyo, dedicación y paciencia a lo largo de toda la investigación.

## **AGRADECIMIENTOS**

En este largo camino que concluye, sería ingrato si no agradeciera a las personas que de una forma u otra han tenido que ver con mi formación profesional.

A: Dios, a mi Virgencita de la Caridad del Cobre y a mi abuelita del alma, por inspirarme la fe y la esperanza de ser cada día mejor

A: Mi madre Elia Castro Díaz, por darme las fuerzas necesarias para lograr este sueño.

A: Mi padre, por estar espiritualmente siempre en mi vida

A: mis niñas, por ser el mejor regalo que me ha dado la vida.

A: mi esposo, por su preocupación constante y apoyo incondicional.

A: La Revolución Cubana por darme la posibilidad de formarme como profesional.

A: Mi país por brindarme la atención necesaria durante todos estos años.

A: mi tutora Elaine porque sin su ayuda, guía constante y abnegación, no hubiese sido posible la realización de este trabajo.

A: Todos mis profesores y compañeros de grupo con quienes compartí cada momento de la carrera y a quienes voy a extrañar mucho.

***A todos, Muchas Gracias***

## **RESUMEN**

El estudio de las representaciones sociales desde el ámbito sociocultural constituye un reto en la contemporaneidad que nos consume. Proyectar ideas, imágenes, sentimientos, etc., desde una visión particular, sobre lo que rodea al hombre, siempre ha sido un proceso de extrema complejidad y aún más cuando depende de las condiciones histórico-sociales en las que se encuentra inmerso. Acercarnos al mundo de la moda desde esta perspectiva también nos lleva por un camino lleno de altibajos, si comenzamos por comprender que fue el vestir una de las necesidades primarias de la existencia humana. La presente investigación, de naturaleza cualitativa, pretende lograr una aproximación al estudio teórico y práctico de las representaciones sociales sobre la moda. Tiene como finalidad describir las representaciones sociales que sobre la moda poseen los jóvenes universitarios espirituanos. Para la realización satisfactoria de la misma se tuvieron en cuenta una serie de conceptos como: representación social, moda, representaciones sociales sobre la moda, etc. Posee novedad científica, ya que, responde a un intento de acercamiento desde la perspectiva estudiantil al proceso de construcción de las representaciones sociales sobre la moda, del cual son sus principales actores, reflexionando sobre sus definiciones, elementos distintivos y representaciones en relación a la imagen del otro.

## **SUMMARY**

The study of the social representations from the sociocultural environment constitutes a challenge in the contemporaneity that consumes us. To project ideas, images, feelings, etc., from a particular vision, on what surrounds the man, it has always been a process of extreme complexity and even more when it depends on the historical-social conditions in those that he/she is immersed. To come closer to the world of the fashion from this perspective also takes us for a road full with ups and downs, if we begin to understand that it was dressing one of the primary necessities of the human existence. The present investigation, of qualitative nature, seeks to achieve an approach to the theoretical and practical study of the social representations on the fashion. He/she has as purpose to describe the social representations that it has more than enough the fashion the youths university from sancti spiritus they possess. For the satisfactory realization of the same one they were kept in mind a series of concepts like: social representation, fashion, social representations on the fashion, etc. It possesses scientific novelty, since, he/she responds to an approach intent from the student perspective to the process of construction of the social representations on the fashion, of which are their main actors, meditating on their definitions, distinctive elements and representations in relation to the image of the other one.

## ÍNDICE.

<b>INTRODUCCION.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO 1: CONSIDERACIONES TEORICAS SOBRE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES: UNA MIRADA AL FENOMENO DE LA MODA.....</b>	<b>13</b>
1.1-Apuntes teóricos sobre el concepto de <i>Representación Social</i> : el camino recorrido desde las Ciencias Sociales.....	13
1.2-Las representaciones sociales vinculadas a los procesos socioculturales.....	15
1.3-Las representaciones sociales ante la influencia de lo contemporáneo: desafíos a los que se enfrentan.....	18
1.4-Acercamiento al fenómeno de la moda: la vestimenta.....	20
1.5-La moda en Cuba: algunas de sus especificidades.....	27
1.6-Implicaciones de la moda como representación social.....	30
<b>CAPITULO 2: REPRESENTACIONES SOCIALES SOBRE LA MODA EN LOS JOVENES UNIVERSITARIOS ESPIRITUANOS. APROXIMACION EMPIRICA.....</b>	<b>35</b>
2.1-Sancti Spíritus dentro de la moda: contexto sociocultural espirituario como espacio de la moda.....	35
2.2-¿Hay moda en Sancti Spíritus? Una cuestión a resolver.....	39
2.3-Una mirada a la moda desde los jóvenes universitarios.....	46
2.4-Las representaciones sociales sobre la moda que tienen los jóvenes universitarios espirituanos.....	50
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>57</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>59</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>61</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>67</b>

## INTRODUCCION

El estudio desde las distintas Ciencias en relación al tema de las representaciones sociales estuvo en sus inicios protagonizado por la Psicología, cuyos aportes fundamentales están orientados a la comprensión de la subjetividad que caracteriza al hombre en las imágenes que se elabora del mundo.

Estudios como los del famoso Serge Moscovici y muchas otras escuelas teóricas dan cuenta de lo anterior. Sin embargo, hasta el momento, ni en la primera obra de Moscovici, ni en la de otros autores se evidencia una definición acabada sobre este fenómeno, pues si “bien es fácil captar la realidad de las representaciones sociales, no es nada fácil captar el concepto” (Moscovici, 1976: 7). Ello apunta a indagar en la complejidad del mismo, si tenemos en cuenta la búsqueda de nuevas vertientes para su real comprensión.

Una mirada desde lo social, apunta al hombre, ahora como centro generador de un sistema de relaciones que nos conduce necesariamente por otras interpretaciones, donde quedan incluidos términos como los grupos, la cultura y el medio social.

Entender las representaciones sociales, desde lo anterior permite acercarnos a los complejos procesos que derivados de nuestra interpretación reciben una marcada influencia de la práctica transformadora del hombre, o lo que es lo mismo, las más variadas y diversas representaciones de los más variados y diversos procesos sociales. En la dificultad que supone abarcarlas en su magnitud, el acercamiento en particular a una cuestión tan polémica, antigua y difusa como la moda permite comprender desde una mirada crítica el comportamiento de los individuos con respecto a la forma de vestir.

El hombre, quizás, por ser el único animal racional, sea el único que necesita vestirse, de ahí que ya en épocas tan remotas como la primitiva se haya visto obligado a recurrir al uso de algún tipo de atuendo para protegerse del medio ambiente o los climas más extremos, sus primeras prendas de vestir, por tanto, surgieron de una necesidad. Es precisamente en estos tiempos, que la moda más



que el simple hecho de utilizar un tipo de indumentaria para el cuerpo, se presenta en sus actividades cotidianas.

Con el decursar de la historia, más que una necesidad, la moda pasa a ser una preocupación, expuesta a través de cánones como la belleza y el cultivo del estilo. Aparece además lo simbólico para comunicar a través de la vestimenta en un fenómeno conformado por los propios individuos a escala personal y social, que como implicados y complicados, tienen la responsabilidad ante el futuro de defender lo propio, de luchar por preservar los valores identitarios de los cuales son portadores.

Sustentada en cuestiones que dependen de circunstancias internas y externas, incluso de procesos cruciales como la socialización, la moda no solo se representa, existe. El sentido del gusto cobra fuerza hasta el punto de situarse por encima de la percepción visual y particular, es por ello que la moda es también es una forma de comunicación e identificación con la sociedad. Aplicarla a un grupo socialmente hegemónico o exclusivo, influye en los demás. Formar parte de la cultura, expresarse en el espíritu del tiempo que nos tocó, es uno de los síntomas más inmediatos de los cambios que social, cultural, en términos de política y economía experimentamos.

En Cuba, la moda ha estado estrechamente relacionada con el status de la sociedad. Desde la conquista y colonización española y durante todo el siglo XIX prevaleció la forma de vestir del Viejo Mundo. El carácter dependiente de la Isla, primero de España y luego de los EEUU, hizo que convergieran disímiles estilos en cada uno de los momentos. Sin embargo, dentro de esta situación, si bien existe una marcada influencia foránea, no vamos a estar exentos de rasgos que desde lo cubano son considerados representativos de lo nacional.

La guayabera, la camisa, la guarachera son ejemplos que definen un estilo cubano propio, pero que nunca se ha consolidado plenamente. Son las voces de los creadores de la imagen, quienes con su esfuerzo de forma individual primero, pero de magnitud social después, tienen el compromiso de erigir desde la voz del pueblo y la academia, el mejor sentido de la moda para una nación.

Es de considerar como la representatividad social sobre la moda, si bien denota su incidencia en lo que nos distingue o no, también encuentra eco en rasgos como la deformación de la imagen de los pueblos y la falseada manifestación de la idiosincrasia nacional.

El estudio sobre estos fenómenos derivados del accionar del hombre, permiten el acercamiento a cuestiones que desde lo epistemológico contribuyen a la comprensión de la realidad en su accionar dinámico y complejo. El abordaje metodológico de estos aspectos de acuerdo precisamente a su naturaleza, nos permite optar por la elección de una metodología, que en nuestro caso específico, estará orientada a la combinación de los enfoques cualitativo y cuantitativo, con orientación descriptiva, si tenemos en cuenta la relación dialéctica que se establece entre el hombre y la sociedad, utilizando como filtro el sistema de relaciones sociales que se deriva de ésta interacción.

Al pie de dichas consideraciones, los objetivos propuestos y la propia naturaleza del objeto de estudio, la construcción de un diseño desde la visión holística permitiendo ciertos grados de flexibilidad y a partir de la conjugación de los paradigmas cualitativo y cuantitativo, con el fin de construir un saber integrado, en una época cuyas convulsas circunstancias y sus reales consecuencias son palpables en la Cuba actual, devienen como condición inherente al propio estudio.

Las características de la época moderna, las distintas maneras de interpretar un mismo fenómeno y el nacimiento de distintas corrientes de pensamiento como ya insistimos, orientadas a la comprensión de las representaciones sociales en los distintos ámbitos de la praxis social y vinculada específicamente a temas tan polémicos y prolíferos como la moda denotan un camino que va desde las representaciones macro sociológicas y estructuralistas hacia un análisis que, paulatinamente, ha ido centrándose en las prácticas concretas de los sujetos, sus procesos subjetivos y su capacidad de autorreflexión, tránsito que no ha sido homogéneo en todas las disciplinas y centros de investigación.

El auge del consumo cultural y muchos otros fenómenos asociados con el gusto, el vestir, las preferencias, etc., a partir de la década del 90, precisamente por la crisis que vivió no solo Cuba sino el mundo de manera general, han influido decisivamente en la forma de comunicarse, de interactuar, de construir un saber, de representarnos una idea o imagen sobre determinado objeto o fenómeno de la realidad.

Cuba no ha quedado exenta de esta realidad. Sancti Spíritus que tampoco queda fuera de esta influencia, se convierte en un contexto sociocultural donde tópicos como representación social y moda, bajo un enfoque crítico, contemplan las expectativas de una época que tiende a la imposición de estilos foráneos, intereses comerciales, mercado, producción, consumo, distribución, etc., deben orientarse en trabajar sobre la responsabilidad de marcar la diferencia basada en la autenticidad.

Decodificar la moda como diálogo, nos remite en estas condiciones a entender la dependencia entre moda e imagen que se pretende ofrecer, y con ello la gama de representaciones que aparece como resultado directo. Descubrir un abanico de prendas, portadoras de los más variados estilos, hace de Sancti Spíritus un espacio interesante e influyente sobre sus habitantes como defensores de una “moda” o “forma de vestir” en particular, o al menos los vestigios de ella.

En esta controversia que se suscita a nivel social e individual, los jóvenes constituyen un grupo vulnerable. Ideas como estar a la moda, llevar lo que se usa, la presión del grupo al cual pertenecen, los criterios que los medios de comunicación en muchas ocasiones consciente o inconscientemente difunden, son pilares que no pueden pasar desapercibidos en la realidad espiritvana. La presente responde, por tanto, a una necesidad objetiva en la pertinencia de entender las representaciones sociales que sobre la moda se han construido los jóvenes espiritvanos de la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez” en la actualidad, por lo cual se plantea como:

### **Problema de Investigación**

¿Qué representación social sobre la moda tienen los jóvenes espirituanos de la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez” en el período 2013-2014<sup>1</sup>?

### **Objetivo General:**

Describir la representación social sobre la moda que tienen los jóvenes espirituanos de la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez” en el período 2013-2014.

### **Objetivos Específicos:**

- 1- Identificar los elementos<sup>2</sup> que pueden distinguir la moda en el contexto sociocultural espirituario.
- 2- Constatar las visiones que sobre la moda tienen los creadores institucionales e informales de Sancti Spíritus.
- 3- Identificar los criterios que sobre la moda tienen los jóvenes universitarios espirituanos.

### **Hipótesis.**

La representación social sobre la moda que tienen los jóvenes universitarios espirituanos en el período 2013-2014 está asociada con la influencia del contexto sociocultural.

### **Operacionalización de la variable.**

El proceso de definición y operacionalización de las variables en la investigación social parte de la referencia que desde el plano teórico obliga a la consulta de los conceptos pertinentes. La construcción de las *representaciones sociales sobre la moda* como variable principal de este estudio permitió el contacto con conceptos de representación social y moda en su construcción dinámica y compleja.

---

<sup>1</sup> Necesario aclarar que se enmarca el estudio en esta etapa con la intención de captar y describir este momento de la realidad, pues es de considerar el carácter dinámico, continuo, constante y constructivo de las representaciones sociales.

<sup>2</sup> Aquí quedan incluidos las prendas, los accesorios y todo tipo de aditamento que sea distintivo de la moda

Las representaciones sociales en su construcción desde las ciencias, incluyen distintos aspectos relacionados en un primer momento con la subjetividad del hombre del cual emanan, así como de su relación con el medio en el cual se desenvuelven y del cual éste último es reflejo a su vez.

Es por ello que de acuerdo a los objetivos propuestos la autora asume para la presente, la definición donde queda incluidos elementos como:

- Formación subjetiva al hacer referencia a algo o alguien.
- Proceso de construcción de la realidad basado en su carácter interpretativo.
- Vínculo de manera sistémica a los fenómenos socioculturales que son determinantes de la vida social.
- Son sistemas de significaciones, imágenes, valores, ideas y creencias, dotadas de contenido.
- La elaboración de un objeto social por una comunidad.
- Constituyen hilos conductores en la acción social y en los sistemas de relación social.
- Permiten salvaguardar la especificidad de los grupos.
- Condicionan el contexto social en los que surgen.
- Genera comunicaciones mediante las que circulan.
- Interacción con el mundo y los demás.

En cuanto a la moda es necesario precisar que esta constituye una forma de comunicación e identificación con la realidad, cuyo significado cambia en dependencia de la época, el tiempo histórico y los portadores; encierra en sí misma una lógica sin perder de vista la formación cultural de la que emana. Asociada a la dinámica de los procesos económicos de una sociedad determinada, según la formación y expresión del gusto individual y colectivo en el área en que se manifiestan. Estaríamos hablando de manera más específica de un uso, modo, o costumbre que cobra popularidad durante algún tiempo o en determinado país, con especialidad en los trajes, telas y adornos y que es determinado además por el clima, los materiales, los estilos, etc.

Es importante aclarar que de la disposición o no de acogerse a una moda, de usar un tipo específico de vestuario, de acogerse a un determinado estilo, sobresale la capacidad consciente del individuo de elegir, la actitud de asumir que es mejor para lo que tiene estipulado en su vida cotidiana como canon de belleza.

*Las representaciones sociales sobre la moda* estarían orientadas, por tanto, a la manera en que los individuos asumen y deciden qué tipo de vestimenta desean usar. De esta decisión se derivan diversas manifestaciones de conducta presentes en un contexto social determinado. En la base de esta decisión se encuentran valoraciones u opiniones, derivadas generalmente, de ese medio social con el cual interactúan y su influencia hacia los individuos pertenecientes a un grupo que por condiciones económicas, subjetivas, de estética, son evaluados como portadores de la condición “estar a la moda”.

En el caso específico de los jóvenes universitarios espirituanos las representaciones sociales sobre la moda se ponen de manifiesto a través de dimensiones como: el contexto sociocultural, la actitud que asumen hacia la moda y la determinación grupal. La articulación de éstas en indicadores permite el acceso directo y real a la práctica social. (Ver Anexo 1).

### **Métodos y técnicas.....**

La utilización de un paradigma de investigación o la combinación de ellos permite acceder a la realidad investigada, el empleo acertado de los métodos y técnicas en la obtención de su conocimiento constituye la validación de las cuestiones científicas abordadas.

La versión etnográfica acentuada en su uso como método inscribe la investigación cualitativa en lo analítico-descriptivo con el propósito de puntualizar las cuestiones que van desde las prácticas culturales, los conocimientos acumulados hasta el comportamiento de determinados grupos en una cultura particular.

En el caso específico de la presente, dicho método permite desde una postura flexible explorar primero en la esencia de las representaciones sociales, segundo

conocer el proceso evolutivo mediante el cual la moda pasa de ser una necesidad a una preocupación, expectativa de los individuos teniendo en cuenta el escenario cubano y espirituario, y por último, interpretar el proceso a través del cual los jóvenes espirituarios universitarios construyen sus representaciones sobre la moda, en una mirada holista del fenómeno antes que pre-configurada desde el pensamiento abstracto.

Como método empírico fue utilizada la **Observación**, la cual *“nos permite obtener conocimiento acerca del comportamiento del objeto de investigación tal y como éste se da en la realidad, es una manera de acceder a la información directa e inmediata sobre el proceso, fenómeno u objeto que está siendo investigado”* (Hernández, 2003: 71).

La utilización, por tanto, de ésta, en su variante **no participante**, como técnica, asintió una aproximación directa a la realidad, teniendo en cuenta la interacción de manera indirecta con el grupo observado, actuando como un miembro más. Esto permitió ofrecer, descripciones de los jóvenes y las interacciones entre ellos en una mirada crítica distintos espacios del contexto espirituario, y en específico, a la Facultad de Humanidades, escenario de nuestro estudio.

Se ponderan además como técnicas:

- El **análisis de documentos**: precisado en la obtención de información sobre las principales definiciones, fenómenos y tendencias que desde la teoría permiten arribar a una conceptualización sobre las representaciones sociales, así como la comprensión de la historia de la moda.
- La **entrevista en profundidad**: fue realizada de forma individual a creadores formales e informales<sup>3</sup>. Dichos intercambios, fructíferos y aportativos, permitieron obtener por una parte mayor información debido a los niveles de

---

<sup>3</sup> Utilizamos esta distinción para aclarar que los primeros pertenecen al sector estatal, ejemplo los que parten del Fondo Cubano de Bienes Culturales, como uno de los centros que genera producciones para el territorio, pues el desarrollo y proliferación del trabajo por cuenta propia en nuestro país ha generado otra gama de creadores, estos serían los informales, que también están inmersos en el mundo de la moda y son dignos de considerar. Su elección intencional estuvo basada en un primer levantamiento sobre quienes pudieran ser los más recomendados para el estudio de acuerdo a las producciones realizadas y ofertadas al contexto espirituario. El Fondo Cubano de Bienes Culturales ayudó en su identificación.

conocimiento, especialización y experiencia práctica, en relación al contexto sociocultural espiritano, así como los criterios, tendencias, estilos, etc., sobre los cuales puede definirse la moda en Sancti Spíritus, si es que existe. La elección de los mismos se sustenta en el sector al cual pertenecen. (ver pie de página).

- **Cuestionario:** permite obtener en poco tiempo un número mayor de respuestas que reflejan los conocimientos, opiniones e imágenes, de los estudiantes universitarios, que elegidos de manera intencional, fueran representantes de todos los años de las carreras del curso diurno (Estudios Socioculturales, Derecho) de la Facultad de Humanidades, sobre aquellos criterios distintivos de la moda. La utilización de preguntas, tanto abiertas como cerradas nos acerca a la situación general del fenómeno estudiado.
- **Técnica de dinámica grupal:** Específicamente trabajamos con el *Grupo de discusión* durante el proceso de investigación debido a su eficacia en la construcción de consensos. Se presentó como una discusión en grupo, -de las dos carreras del curso diurno de la Facultad de Humanidades- donde los estudiantes se permitieron el hablar espontáneamente, lo cual contribuyó a conocer el abanico de opiniones en relación a las representaciones sociales sobre la moda.

La elección de los sujetos participantes en esta técnica, fue intencionada, dirigida en especial a los estudiantes de 4to año de las carreras del curso diurno, dado que dichos estudiantes viven la experiencia de estar involucrados en los procesos sociales del contexto espiritano, así como por los años de experiencia dentro de la institución; el tener criterios configurados sobre las cuestiones de la moda, constituyó una notable referencia.

### **De la muestra y sus especificidades.....**

Se elige de manera intencional a los estudiantes de la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez” por ser un centro de estudio donde confluyen jóvenes en el rango de edad de 18-24 años de distintas áreas de la provincia.



La distinción de “espirituanos” viene sustentada precisamente en el espacio que comparten, pues aunque su lugar de residencia sea otro, el cursar estudios en dicho centro los obliga a pasar más tiempo dentro de los marcos geográficos de Sancti Spíritus, y con ello en interacción directa con el medio social que corresponde.

Se escogieron de manera intencional los estudiantes de la Facultad de Humanidades, de las carreras de Estudios Socioculturales y Derecho del curso diurno, donde están incluidos, aquellos que cursan el 1er, 4to y 5to año y los 1ro, 2do, 3ro, 4to y 5to respectivamente, lo cual permite que éstos desde sus experiencias por estar en contacto con distintos escenarios de la realidad sean portadores de determinadas prácticas que se reproducen ahora en este espacio, lo cual también es una fortaleza del estudio.

Aclarar que aunque la institución cuenta con un Reglamento escolar que rige el tipo de vestimenta con la cual deben acudir al centro, siempre incorporan ciertos elementos que predeterminados social e individualmente por ellos significan estar a la moda. Además el compartir este espacio de estudio les permite intercambiar, enriquecer, empobrecer su construcción social sobre el buen vestir o lo que es lo mismo estar a la moda.

Quedan incluidos además creadores formales e informales (ya especificados) con respecto a lo que en materia de vestuario se maneja en la provincia.

El análisis particular de los resultados de los métodos y técnicas empleadas nos lleva a una síntesis de la temática abordada, emanada de las interpretaciones de los datos obtenidos, la utilización de la triangulación, permite puntualizar dichas consideraciones buscando las verdaderas representaciones sociales sobre la moda en los jóvenes universitarios espirituanos.

Más que justificar el porqué de la investigación, somos del criterio, que en medio de un contexto social cuyas convulsas circunstancias influyen sobre los individuos y en especial los jóvenes –detectados ya como grupo vulnerable a nivel social-, el acercamiento a un saber propio, construido, desde sus prácticas sociales, experiencias, en fin, representaciones a decir de un fenómeno tan antiguo como el

vestir, se constituye en requisito indispensable para comprender los indicios del pensamiento de una época determinada.

La **Novedad Científica** de la investigación responde un intento de acercamiento desde la perspectiva estudiantil al proceso de construcción de las representaciones sociales sobre la moda, del cual son sus principales actores, reflexionando sobre sus definiciones, elementos distintivos y representaciones en relación a la imagen del otro.

El **Aporte teórico** está dado en la identificación de los contenidos que desde la perspectiva de *“lo social”* enriquecen el proceso de construcción de la “representaciones sociales sobre la moda”, ahora teniendo en cuenta las particularidades del fenómeno en Cuba y las consideraciones estudiantiles en la comprensión de un contexto matizado por una variada escala de fenómenos globales y particulares.

El **Aporte práctico** responde a los beneficios que brinda el reflexionar en torno a lo que en materia de representación social sobre la moda manejan y portan los estudiantes universitarios espirituanos, como protagonistas de un pensamiento comprometido con su momento y contexto histórico. Constituye una reflexión vital ante una ofensiva que tiende a estandarizar todos los ámbitos de la cultura y establecer patrones de conducta ajenos a los nacionales, donde prima fundamentalmente la comercialización.

### **Estructura del Trabajo**

La presente investigación consta de dos capítulos. El **Capítulo 1** da cuenta del tratamiento teórico de los principales supuestos que fundamentan, en el orden social, el presente estudio, explicando las representaciones sociales, el acercamiento a la moda en Cuba y la fundamentación de las representaciones sociales sobre la moda.

El **Capítulo 2** recoge el acercamiento a los elementos que distinguen el contexto espirituario como espacio de la moda teniendo en cuenta los criterios que desde creadores formales e informales están contenidos en la posible definición de una

moda espirituana. Además se incorpora desde la consideración estudiantil la construcción de las representaciones sociales sobre la moda, argumentado las realidades que encubre la definición de dicha conceptualización.

Es contentivo además de Conclusiones, Recomendaciones y Anexos que amplían y dan soporte a la investigación, relacionándose también la bibliografía utilizada.

# **Capítulo 1: Consideraciones teóricas sobre las representaciones sociales: una mirada al fenómeno de la moda.**

## **1.1-Apuntes teóricos sobre el concepto de *Representación Social*: el camino recorrido desde las Ciencias Sociales.**

La representación social es uno de los tópicos que más ha suscitado polémicas en los últimos años en el campo de la Psicología Social. Seguidores y detractores han dedicado un valioso tiempo a su estudio, por lo cual se han multiplicado las investigaciones desde y sobre sus principios.

Fue precisamente en los inicios de la década del sesenta del siglo pasado cuando sale a la luz pública esta teoría que estaba dirigida a las personas preocupadas por entender la naturaleza del pensamiento social. Exactamente fue en París, en 1961 que su autor, Serge Moscovici presenta su Tesis Doctoral titulada “La Psychoanalyse son image et son public” (El Psicoanálisis, su imagen y su público) como culminación de años de estudios teóricos y empíricos. En ella, estudió la manera en que la sociedad francesa veía el Psicoanálisis, a través del análisis de la prensa y entrevistas a diferentes grupos sociales.

Teniendo en cuenta las ideas de Moscovici, la representación social concierne a un conocimiento de sentido común, que debe ser flexible, y ocupa una posición intermedia entre el concepto que se obtiene del sentido de lo real y la imagen que la persona reelabora para sí. Las representaciones sociales constituyen modalidades de pensamiento práctico orientados hacia la comunicación, la comprensión y el dominio del entorno social, material e ideal. En tanto que tales, presentan características específicas a nivel de organización de los contenidos, las operaciones mentales y la lógica.

Otras escuelas como la Psicología Evolutiva Piagetiana se han nutrido también de esta teoría. Lo relacionado con la noción o esquema social operatorio susceptible de actuar ante objetos reales o simbólicos, los estados de la inteligencia, la

representación del mundo en el niño, entre otros, son puntos de vista de Piaget que de algún modo tienen huellas en la noción de representación social.

Por su parte, de la vasta obra de Sigmund Freud ha sido otra fuente de la que se ha nutrido la teoría de las representaciones sociales. Una de las ideas que dan cuenta de ello se encuentra recogida en “Psicología de las masas y análisis del yo” (1921) al plantear Freud el carácter social de la psicología individual como una característica constituyente de la vida humana.

Tener en cuenta los aportes de estos autores y escuelas nos indica como hasta el momento ni en la primera obra de Moscovici, ni en la de muchos otros científicos se evidencia una definición acabada sobre este fenómeno, pues si “bien es fácil captar la realidad de las representaciones sociales, no es nada fácil captar el concepto” (Moscovici, 1976: 7). Ello nos apunta a indagar en la complejidad del concepto que nos convoca.

Incluido además en investigaciones de otros campos de las Ciencias Sociales, si bien el término tiene sus orígenes desde la Psicología como veníamos argumentado, no es menos cierto que se ha ido abriendo paso en el campo de las concepciones de cultura, comunidad, grupos sociales, en cuanto a la “capacidad espiritual colectiva de un pueblo de reflejar el mundo que lo rodea y a lo que también puede identificarse en algunos enfoques filosóficos como conciencia social” (Martínez, s/a: 35).

Es de considerar que en el marco de una colectividad determinada, se comparten sistemas de representaciones que son resultado y condicionantes de los sistemas de códigos y los mecanismos simbólicos que conforman cada sistema cultural dado, o sea, es considerada además proceso y producto de construcción de la realidad de grupos e individuos en un contexto histórico social determinado.

De ahí que autores como Berger y Luckman conciban además el conocimiento de la realidad como construcción social en el ámbito subjetivo. Intentan descubrir la relación entre la representación y el objeto que la origina, así como su surgimiento y evolución a través de elementos como la comunicación.

Sus aportes fundamentales que han pasado a formar parte de los cimientos de la teoría están relacionados ahora con: como el conocimiento en la vida cotidiana tiene un carácter generativo y constructivo y como es producido inminentemente en relación con los objetos sociales que conocemos. En dichos autores vamos a encontrar una superación con respecto a lo anteriores si tenemos en cuenta, que aunque de manera incipiente, el entorno social comienza a jugar un papel trascendental en la formación, construcción y reproducción de las representaciones sociales.

Pueden, por tanto, adoptar distintas formas, imágenes que condensan un conjunto de significados, sistemas de referencia para interpretar lo que nos sucede, categorías para clasificar las circunstancias, fenómenos con quienes debemos tratar, teorías para establecer hechos, etc.

La noción de representación social nos sitúa en el punto donde se articula lo psicológico con lo social. A decir de las representaciones sociales, estas aunque percibidas desde la individualidad, Tomás Ibáñez nos plantean que “producen los significados que la gente necesita para comprender, actuar y orientarse en su medio social. En este sentido, las representaciones actúan de forma análoga a las teorías científicas. Son teorías de sentido común que permiten describir, clasificar y explicar los fenómenos de las realidades cotidianas, con suficiente precisión para que las personas puedan desenvolverse en ellas sin tropezar con demasiados contratiempos. En definitiva, las representaciones sociales parecen constituir unos mecanismos y unos fenómenos que son estrictamente indispensables para el desarrollo de la vida en sociedad.” (Ibáñez, 1988: 55).

### **1.2-Las representaciones sociales vinculadas a los procesos socioculturales.**

La representación social como forma particular del conocimiento está orientada en una de sus aristas a los comportamientos y comunicación de los individuos. “Es una organización de imágenes y de lenguaje. Toda representación social está compuesta de figuras y expresiones socializadas. Es una organización de imágenes y de lenguaje porque recorta y simboliza actos y situaciones que son o se convierten en comunes. Implica un reentramado de las estructuras, un remodelado de los

elementos, una verdadera reconstrucción de lo dado en el contexto de los valores, las nociones y las reglas, que en lo sucesivo, se solidariza” (Moscovici, 1979: 43). Es también un producto social.

Al expresar, exponer o advertir, produce reacciones y evaluaciones referentes a puntos particulares de la realidad, emitidos en una u otra parte, del cual el hombre como sujeto social es centro. Estas proposiciones, reacciones o evaluaciones son ricas en su diversidad, que vienen a nutrirse a su vez de las características de las culturas o los grupos, constituyendo universos de opiniones.

Es el grupo uno de estos espacios de marcada influencia que desarrolla un sistema de prácticas sociales que pueden ser transferidas a otros espacios relacionales. La pertenencia a uno en particular interviene sobre el joven debido a su peculiar capacidad y necesidad de sociabilidad, así como de la confrontación de que es objeto, entre la influencia que recibió y aceptó de los padres y los criterios de sus amistades.

Uno de sus rasgos distintivos es la imitación, es decir, cuando idealizamos a alguien considerándolo un modelo a imitar. Los jóvenes hacen presión para que los otros se vistan como ellos. Esa influencia fructifica debido muchas veces a la falta de orientación. Otra de las causas puede estar relacionada con la desinformación a la que se someten por estar agrupados bajo otros temas de interés, sin embargo, la invisibilidad de este fenómeno no justifica su existencia.

Atendiendo a lo anterior, las representaciones sociales designan una forma de conocimiento específico, el saber del sentido común (no científico), cuyos contenidos manifiestan la operación de procesos generativos y funcionales socialmente caracterizados. En sentido más amplio, designa una forma de pensamiento social.

La caracterización social de los contenidos o de los procesos de representación ha de referirse a las condiciones y a los contextos en los que surgen las representaciones, a las comunicaciones mediante las que circulan y a las funciones a las que sirven dentro de la interacción con el mundo y los demás.

La representación social se define además por su contenido donde quedan incluidas desde las imágenes que tenemos de un determinado fenómeno u objeto, así como aquellos aspectos que conforman nuestra subjetividad, es decir, las opiniones, actitudes, etc. Dicho contenido se relaciona con un fin, pero también se define como una relación entre sujetos: donde juega un rol fundamental la representación que se forma un sujeto de otro sujeto.

La representación social no es un duplicado de lo real o de lo ideal, ni la parte subjetiva del objeto, ni la parte objetiva del sujeto: es la relación del hombre con las cosas, el medio social y los demás hombres.

Incluye elementos fundamentales como: la representación sobre el otro (aquí pueden quedar incluidos: objetos, personas, acontecimientos, etc.), su carácter de imagen y la propiedad de poder intercambiar lo sensible y la idea, la percepción y el concepto simbólico y significativo, su carácter no como mera reproducción del objeto, sino como construcción donde el sujeto aporta su creatividad dotándola de autonomía y personalidad.

Las representaciones sociales, por tanto, son procesos de construcción de la realidad. Constituyen una formación subjetiva vinculada de manera sistémica a los fenómenos socioculturales e ideológicos y a la vez por elementos cognitivos y afectivos que participan en su conformación y desarrollo, así contribuyen a definir la identidad y permiten salvaguardar la especificidad de los grupos, especificidad que muchas veces se ve en peligro ante los desafíos de la época actual.

Los numerosos fenómenos que desde el ámbito social y cultural influyen de manera decisiva en la forma en la que el hombre como ser social se representa las imágenes sobre el entorno que lo rodea constituyen una interrogante sin dilucidar aún.

### **1.3-Las representaciones sociales ante la influencia de lo contemporáneo: desafíos a los que se enfrentan.**

La presencia de las culturas foráneas, procesos como la globalización neoliberal, las estrategias de mercado, el consumo cultural, etc., dentro de los espacios nacionales, se convierten en cuestiones que tampoco pueden ser obviadas en la comprensión



de las representaciones que los individuos poseen de los fenómenos que los rodean. Las mismas se convierten en vías que someten a ese individuo, de cuya influencia no puede escapar, y que ya sea de manera consciente o inconsciente se hace eco y reproductor de ella.

En el caso específico del consumo cultural, observamos que si bien no ha constituido una prioridad en la agenda de investigación sociales cubanas, si ha estado presente de una manera u otra, en el transcurso de los años. Aunque no se haya apelado explícitamente a esta noción, si se ha mantenido un interés por entender las numerosas cuestiones asociadas a ella. Los estudios de público significan un ejemplo de ello.

Tales indagaciones responden a los intentos por conocer las características de los destinatarios de los distintos símbolos y su incidencia en la vida cotidiana. Hablar de cuestiones tan cambiantes y actuales como la moda nos conduce necesariamente por la comprensión del consumo cultural, si partimos de la contemporaneidad que lo acompaña.

Constituido en una categoría que, por sus orígenes, ha estado ligada a las teorías económicas fue considerado por mucho tiempo un medio en la renovación de la fuerza de trabajo o para satisfacer necesidades. Sin embargo, a partir del desarrollo del capitalismo y el incremento de la producción y el consumo en las sociedades modernas deja de ser un proceso con un fin económico para abarcar otros ámbitos como la cultura. Es en este sentido, que “el consumo en el sistema del capitalismo occidental de finales del siglo XX puede verse como un proceso social que implica símbolos y signos culturales y no como un simple proceso económico utilitario” (Boccock, 1993:13).

Es así que autores como Bourdieu entienden el consumo como “un conjunto de prácticas culturales que sirven para establecer distinciones sociales y no un simple medio de expresar diferencias. En realidad, es el lugar donde se construyen esas diferencias” (Bourdieu, 1996: 134). De este análisis se deriva entonces un conjunto de símbolos, signos, ideas, que también pueden leerse desde las concepciones de representación social, si tenemos en cuenta que son el resultado directo de los

condicionamientos de la sociedad en general, de las clases en particular y de los hábitos, es decir, las estructuras mentales a través de los cuales se aprehende el mundo social y se orientan las prácticas.

El consumo cultural también fue conceptualizado por pensadores de los estudios de comunicación. Jesús Martín Barbero plantea que el consumo cultural es “la apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que establecen con ellos, las re significaciones y las nuevas asignaciones de sentido a los que someten, los motivos de su selección” (Bisbal, 1999: 37). ¿Qué relación guarda esto con las representaciones sociales?

Estamos destacando la actitud del individuo de asumir no solo “los usos sociales, la percepción/recepción, el reconocimiento cultural” (Bisbal, 1999:37) sino aquellos elementos que incorporados a su subjetividad vuelven a la praxis ahora con dotados de un nuevo significado.

Tomando en cuenta las consideraciones anteriores y dado el interés del estudio en una de sus vertientes de entender la mediación de procesos tan complejos como el consumo cultural a la construcción de representaciones sociales, es que el primero se presenta como un proceso en el que los actores sociales se apropian de los objetos, fenómenos y procesos sociales atendiendo a su valor simbólico y a través de éste interactúan y asignan nuevas interpretaciones a sus relaciones, construyendo sus identidades y diferencias, en esencia sus imágenes de lo exterior.

Cuando nos referimos a los objetos no son simplemente cosas materiales sino aquellos que utilizamos para construir la percepción de otros y al mismo tiempo hacernos percibir por esos otros. Es decir, se trata de objetos culturales, ejemplo el lenguaje cuya esencia no obedece a una concreción material sino subjetiva.

Superar las visiones dogmáticas del consumo como una actividad simplemente inducida por las industrias culturales de la publicidad o como el consumo de objetos de arte, nos permite comprender el proceso a través del cual los sujetos construyen las imágenes de sí mismos y las de otros, así como las que desean proyectar, al

tiempo, que en el proceso de interacción social construyen las representaciones de lo social.

Desligarnos de estas visiones nos permite acceder con mayor facilidad a una de las áreas a través de la cual podemos ver la proliferación de representaciones sociales cargadas de significados, como proceso continuo y dinámico, dada las condiciones actuales, la confluencia de criterios y el auge de numerosas corrientes de pensamiento, es la moda y dentro de ella la vestimenta como una de sus especificidades, que contribuye en la definición de quien somos como expresión cultural de un país, pueblo o región determinada, incluso de individuos y/o grupos específicos.

#### **1.4-Acercamiento al fenómeno de la moda: la vestimenta.**

Las representaciones sociales son imprescindibles para entender los fenómenos de la sociedad, es muy difícil abarcarlas en toda su magnitud por lo que un acercamiento a fenómenos tan complejos y antiguos como la moda permite comprender desde una mirada crítica el comportamiento de los individuos con respecto a la forma de vestir.

La historia de la humanidad ha demostrado que el hombre en sus múltiples etapas sintió que debía cubrir su cuerpo. Vestirse, utilizar ropa, proteger la piel han sido algunas de las acepciones por las que ha transitado. "La moda representa todo lo relacionado con modos de vivir, con distintas culturas, abarcando todo lo que se refiere a nuestra existencia" (Giddens, 1989: 15). El hombre, por tanto, es el único animal racional, puede ser esa la explicación de que sea el único en vestirse.

Desde la época primitiva y por su condición física el hombre se vio obligado a recurrir al uso de algún tipo de atuendo para protegerse del medio ambiente o los climas extremos, sus primeras prendas de vestir surgieron más bien de una necesidad. Es así que desde el principio su vestimenta sufrió numerosas transformaciones.

Coincidiendo con arqueólogos y antropólogos, los signos de vestimenta más antiguos probablemente consistieron en pieles, cueros, hojas o pasturas, envueltas o atadas alrededor del cuerpo como protección. Para fabricarlas, lo más simple era aprovechar las hojas de algunas plantas, la piel de determinados animales y así evolucionó, “pues se requería entrelazar esas fibras para lograr obtener el tamaño y la forma que se necesitaba para cubrir el cuerpo, en ese momento comenzó la era del tejido llamado: tela”. (García, 1989: 3).

Es precisamente en estos tiempos, que la moda más que el simple hecho de utilizar un tipo de indumentaria para el cuerpo, se presenta en las actividades cotidianas de estos hombres, contar las jornadas de caza, pintar las paredes de las cuevas o sus viviendas, la decoración de sus cuerpos, etc.

La permanencia de algunas de estas prácticas hoy en muchas tribus de Australia, África, Asia, Oceanía y en algunos lugares del continente americano, dan cuenta de lo anterior. El tiempo condicionó después cada una de las nuevas variantes que aparecerían a la hora de vestir. “Primero fue una necesidad básica, luego surgió el sentido estético y finalmente el significado simbólico” (Yara, 2006: 1).

Proveniente del francés, *mode* y éste del latín, *modus*, modo o medida, *moda*, indica, en su significado más amplio, una elección o mecanismo regulador de elecciones, realizadas en función de criterios de gusto, también puede ser costumbre, hábito, conducta, preferencias; representa tendencias repetitivas, ya sea de ropa, accesorios, estilos de vida y maneras de comportarse, que marcan o modifican la conducta de una persona, la moda y " la evolución humana van de la mano, para analizar su connotación social no podría entenderse la una sin la otra" (Torres, 2012: 34).

A partir de ahí se plantean conceptualizaciones de gran significación sociocultural, pues el constituirse en un concepto complejo y polisémico, cuyo significado cambia en dependencia de la época, el tiempo histórico y los gestores; nos lleva a considerar su esencia sin perder de vista la lógica cultural de la que emanan, asociada a la dinámica de los procesos económicos de una sociedad determinada, según la formación y expresión del gusto individual y colectivo en el área en que se manifiestan.

La vestimenta como uno de los principales indicadores de la moda muestra el conjunto de prendas generalmente textiles, fabricada con diversos materiales, usada para vestirse y protegerse el cuerpo, que ha sido utilizada en todas las culturas desde la prehistoria. Los atuendos pueden ser visibles o no, como en el caso de la ropa interior.

En su sentido más amplio, la vestimenta incluye también a los guantes que cubren las manos, al calzado que cubre los pies y a los gorros, gorras y sombreros que cubren la cabeza. Los bolsos, las prendas y demás, son considerados accesorios que también integran el conjunto de la moda.

En la historia de la que hablamos encontramos entonces un fenómeno que ha sido conformado por los propios individuos a escala personal y social, como implicados y complicados, como responsables ante el futuro de defender lo propio, en la lucha de preservar sus valores identitarios.

Toda creación cultural, acepción de la cual no escapa la vestimenta, tiene una dimensión material y otra espiritual. “La manera de vestir y llevar accesorios para presentarse ante los demás, lo cual constituye formas de diálogo en la medida en que conscientemente se eligen” (Alfonso, 2006: 7), también es un designio de nuestra paso por una época determinada.

La elección consciente de que tipo de vestimenta muestra uno de sus elementos fundamentales: la estética, quien señala los símbolos y códigos que son propios de nuestra imagen corporal, imagen que los sujetos utilizan para proyectar pragmáticamente sus concepciones e ideas, o sea, un estilo. Constituye un fenómeno cuya esencia aparece asociada no solo a la lógica de los procesos económicos de una sociedad determinada sino que “comprende la formación y expresión del gusto individual y colectivo en el área del vestuario, es decir, una estética del vestir” (Basail, 2006: 14).

En la prenda de vestir se fusionan estos elementos, pero además, existe una preocupación por la belleza y el cultivo del estilo que representa, aparece así lo

simbólico para comunicar a través de la vestimenta. El estilo llama la atención sobre las ideas que se tienen y cómo se concibe, a su vez definen un modo particular de percibir y asumir los cambios suscitados en lo social.

La interacción entre los diferentes estilos ha dado lugar a una historia del vestido variada, donde el factor determinante del tipo de ropa en las diferentes épocas y lugares ha sido el clima. En su evolución han influido los diferentes estilos, materiales, tecnologías disponibles, códigos, posiciones sociales, migraciones humanas y tradiciones.

La descripción de los diferentes aspectos de la vestimenta y por consiguiente la moda, su representatividad dentro de un contexto sociocultural, permite observar, por tanto, las condiciones que la hacen posible, su dimensión de novedad, funcionalidad, renovación y satisfacción de necesidades psicológicas y afectivas, el condicionamiento de los medios audiovisuales, las marcas impuestas por el mercado, la oferta y demanda, entre muchas otras connotaciones, las cuales suscitan deseos de belleza en el vestir. Es precisamente el nacimiento del mercado, un nuevo momento. Los productos de moda se elaboran ahora a partir de la unión de la lógica que lo sustenta, con una lógica del bien humano, como constante, pero con la interrogante ¿en qué medida se contribuye en la creación/consolidación de la cultura?

Si la sociedad habla hoy a través de nuevas formas de lenguaje en el campo de la moda, es necesario aprender a leerlas y a hablar por medio de ellas. La naturaleza de este lenguaje no impone un uso concreto, ni mucho menos correcto, sino ajustado a la naturaleza de la realidad. Es una maquinaria a veces cruel que se subordina a la globalización de las formas, por la imitación, bajo el eslogan: “Todo lo que se vende como moda en la aldea global hay que aceptarlo porque es moderno” (Yara, 2006: 2).

Sin embargo, discrimina a las personas que no alcanzan su ritmo. Ser parte de ciertos grupos o sectores sociales, incluye asumir una manera de vestir y de comportarse, muchas veces relacionada con preferencias en cuanto al consumo cultural. Otras veces la ropa es usada como un disfraz, según convenga.

Hippies, rastas, raperos, repas, rockeros, mickies, freakies, ninguno de esos grupos está al margen de la industria del vestir. En ese caso están los etiquetados, que a veces resultan un tanto marginados. Lo alternativo también se convirtió en usual, así esas rarezas, constituyen una alternativa para muchos de difícil situación económica.

Los jóvenes quizás son los más vulnerables, porque en esa etapa se busca la aceptación, ser parte de un determinado grupo, existe la preocupación por lograr relaciones con quienes tienen posibilidades económicas para seguir lo actual y surgen sentimientos de marginación e inferioridad.

La cultura del buen vestir queda sobre todo en manos de la familia y la influencia social. Es diferente aquel que emplea su tiempo en ponerse "lo que está de moda" y él que tiene la posibilidad de expresarse a sí mismo a través de la moda. Las diferencias son evidentes de acuerdo a las distinciones de género, de grupo etéreos, de posibilidades económicas, de costumbres suscitadas en el seno familiar o social, del gusto estético particular, de la personalidad e incluso de la subjetividad que nos distingue.

La moda más que receta de solución tipo de obligada consulta, está sustentada en cánones que dependen de circunstancias internas y externas, incluso de procesos cruciales como la socialización. El sentido del gusto cobra fuerza hasta el punto de situarse por encima de la percepción visual y particular, es por ello que la moda es "una forma de comunicación e identificación con la sociedad. Muestra un poco quién tú eres, habla de ti. Es algo que afecta a todo el mundo, es una manera de encontrar tu Yo" (Yara, 2006: 3).

El éxito de este fenómeno pone de manifiesto la relación que existe entre procesos tan complejos como identidad, cultura, globalización, creatividad, etc.

Es importante considerar además que la moda "alcanza también a los movimientos artísticos: pintura, escultura, arquitectura, música, danza, artesanía" (Torres, 2012: 26). De esta manera influye en las creaciones de diseñadores de las más diversas manifestaciones, ya sean tejidos, indumentarias, objetos para el hogar, mobiliario o

incluso elementos arquitectónicos. Es por ello que el modo de vestir, la forma en que decoramos la casa, los objetos que usamos etc., son distintivos, propios de cada época y lugar, constituyendo, así, claves del dinamismo social configurado de las diferentes modas.

En la actualidad la sociedad está inmersa en la cultura de las nuevas tecnologías; ahora también mediadoras en los sistemas de relación entre las personas. La moda ya descrita como un fenómeno complejo aumenta esos niveles de complejidad siendo contentiva en sí misma de dichos adelantos.

El culto a la imagen externa como carta de presentación es impuesto en las sociedades de consumo, legitimadas por los medios de comunicación y el mercado. "Los actores sociales perciben, asumen y experimentan la moda desigualmente pues en este proceso entran en juego la posición ocupada por los sujetos en la estructura social y los códigos condicionantes de su existencia" (Giddens, 1998: 3). Si bien, la economía fue esencial en un primer momento, ahora es determinante.

Aplicar la moda a un grupo socialmente hegemónico o exclusivo, influye en los demás. Formar parte de la cultura, expresarse en el espíritu del tiempo que nos tocó, es uno de los síntomas más inmediatos de los cambios que social, cultural en términos de política y economía experimentamos. Tendencias, preferencias y presupuestos, le dan un carácter mundial a la moda que como patrón crea "un sector de la sociedad fundamentalmente del primer mundo, que los impone con el fin de lucrar". (Yara, 2006: 2).

El nacimiento de colecciones realizadas por los diseñadores que proponen el modo de vestir para lo que ellos han denominado cada temporada son propuestas que percibidas socialmente, como una realidad inevitable, se presentan de modo muy definido como generadoras de cambios que afectan profundamente a la sociedad.

Expresiones como "estar de moda" o "ir a la moda", se utilizan entonces para indicar el uso de lo último en el mercado de la moda. Las razones pueden resultar desconocidas o ser coyunturales, pero en todos los casos se establece una especie de costumbre masiva fomentadora de determinados hábitos, actitudes y estilos de



vida que llegan a configurar una forma de pensar y actuar. "En este sentido, se trata de un modo de expresión de la identidad personal que contiene una fuerte dimensión de conformación de las relaciones humanas de tal manera que la reflexión acerca de la moda se extiende a amplias zonas de la vida cultural" (Arévalo; 1998: 89).

Un modo de vestir subvalorando los elementos autóctonos, sin tomar en cuenta que la moda identifica a una nación desde los presupuestos que difunde, se ha generalizado. En sentido general el hombre viste con lo que puede y no realmente con lo que quiere, en última instancia y según las posibilidades, trata de imitar "lo último" en materia de moda. Es una cuestión de complacencia individual y reconocimiento social, de esta manera se identifica.

La representatividad social de la moda, denota su incidencia como elemento identificativo, cuestionado en este mundo globalizado, tendiente a deformar la imagen de los pueblos y a desvirtuar la manifestación de idiosincrasia nacional. Desde esta perspectiva se han perfilado tópicos como cultura y moda, que bajo un enfoque crítico contempla la expectativa de una época tendiente a la imposición de moldes foráneos y ante la cual se debe responder con la intención de marcar la diferencia basada en la autenticidad de la cultura nacional.

### **1.5-La moda en Cuba: algunas de sus especificidades.**

"Recorrer la historia de Cuba a través de la moda, no sólo es descubrir lo que ha distinguido al vestuario de cada década, de cada centuria, sino también el arte, la cultura y la sociedad cubana" (Yara, 2006: 1). En Cuba, la moda ha estado estrechamente relacionada con el status de la sociedad. Desde la conquista y colonización española y durante todo el siglo XIX, prevaleció en la Isla la forma de vestir del Viejo Mundo. De igual forma, nunca hubo una economía suficientemente fuerte que diera lugar a un movimiento importante de moda, pues muchas de las preferencias estaban orientadas a Nueva York o a París.

En esta temprana época de la historia se conoce el oficio de sastre y las costureras domésticas, sobre los cuales recaían las producciones de ropa, además de pequeños talleres que hacían las funciones de ateliers. El carácter dependiente de

la Isla, primero de España y luego de los EEUU, hizo que convergieran disímiles estilos en cada uno de los momentos. Sin embargo, en la moda cubana del siglo XIX, si bien aparece la influencia foránea, irrumpen rasgos cubanos en el vestir, considerados como elementos del sentido de nacionalidad naciente.

Un ejemplo de esto fueron los sucesos del Teatro Villanueva, el 22 de enero de 1869, cuando las cubanas vistieron de azul, blanco y rojo, con estrellas blancas incrustadas y cintas de colores, el cabello suelto adornado con flores blancas, como señal de rebeldía y protesta ante la colonización española y a favor de la causa independentista que se libraba en la isla.

Otro ejemplo de significativa importancia es el nacimiento y desarrollo de distintas prendas que han trascendido en el vestir del cubano de todos los tiempos. Uno de estos ejemplos es la *guayabera*. Si bien José Martí dijo: "Ridícula es la moda a veces, pero a veces es patriótica" (Martí, 1975: 128), este es el caso de la guayabera, esta pieza de vestir, devenida en prenda nacional, que difunde patriotismo y se ha convertido en un elemento identificativo de Cuba.

Los orígenes de la prenda se pierden en la historia de la colonia cubana. Una de las hipótesis acerca de su surgimiento se le atribuye a un inmigrante español que en el siglo XVIII montó una sastrería en la villa de Sancti Spíritus. Otra versión le atribuyó a Don Pedro Mercader Gausch, de origen español, el haber introducido la prenda en Cuba. Según los estudiosos la versión más acertada data del año 1709, cuando llegaron a Sancti Spíritus, procedentes de Granada, Don José Pérez Rodríguez y su esposa Encarnación Núñez García.

A los nativos de Sancti Spíritus se les conocía como yayaberos, nombre que provenía del río Yayabo, por este motivo a esta vestidura se le identificaba como "yayabera". Además, alrededor de Sancti Spíritus abundaba esa deliciosa fruta que es la guayaba y como la camisa tenía al frente dos bolsillos grandes, los guajiros acostumbraban llevar guayabas en ellos y de esta costumbre nació el nombre de "guayabera", sustituyendo el de "yayabera".

Otro ejemplo digno de destacar en Cuba son las “camisas”, cuyas particularidades van desde el proceso propio de confección hasta el área geográfica donde se usa. Confeccionadas en algodón, lino o seda, los hombres de la ciudad la llevaban por dentro del pantalón, mientras que, en el campo, los guajiros la usaban amplia y abierta a los lados para poder ajustarse el machete, icono también de la cultura campesina.

Las variaciones hasta ahora aparecidas todavía están por justificarse. Es por ello que siempre ha sido motivo de preocupación definir un estilo cubano propio, pero nunca se ha consolidado plenamente.

Con el triunfo de la Revolución, el nacimiento de nuevas políticas orientadas a áreas específicas como la cultura, comienza un nuevo momento en la consolidación de lo cubano, amén de los esfuerzos que se habían hecho en las etapas mencionadas.

Mencionar instituciones que trabajan en esta dirección, como la Asociación Cubana de Artesanos y Artistas (ACAA), el Fondo Cubano de Bienes Culturales (BFC), por citar las más conocidas, constituyen pilares de referencia, aunque todavía no existan suficientes espacios para los que designados responsables en el desarrollo de la moda en Cuba, se agrupen y puedan intercambiar sistemáticamente experiencias, creaciones y criterios sobre la elaboración de una identidad cultural expresada por la moda, o llegar a un consenso unificado de cánones estéticos que rigen esta representación social.

Las décadas venideras serían reflejo primero del abandono del estilo mayoritariamente norteamericano que había proliferado en la República, dando lugar a cierta homogeneidad en el vestir, donde piezas como los pantalones de eláster en su forma inicial y algodón después, los kikos, las botas serían ahora los nuevos accesorios incorporados a una moda que bajo la influencia de los nombrados países soviéticos prevaleció durante algunas décadas.

Pensar la elegancia y el buen vestir son criterios que tradicionalmente se arraigaron en la conciencia colectiva de los cubanos. El devenir de etapas tan convulsas como la década del 90 del pasado siglo erosionaron de manera excesiva el imaginario

social, si tenemos en cuenta por una parte, las carencias de las cuales fuimos objeto y por otra, las alternativas tomadas ante la situación de crisis, donde la apertura al turismo constituyó un fenómeno de marcada influencia. Por tanto, “la adecuación entre tejido-diseño y tiempo-espacio no constituyó un aspecto sobresaliente” (Basail, 2006: 34).

La actualidad, cargada de influencias e imitaciones de culturas foráneas pone a Cuba ante la disyuntiva de cómo lograr mantener lo que construido en tema de moda ya se consolidó, aun así, hoy todavía se puede hablar del color blanco, del tejido de hilo, de algunos accesorios ilustrativos como el uso del carey o el tarro de buey, de lo cómodo, pero no hay un abordaje definitorio del estilo cubano. Son las voces de los creadores de la imagen, quienes con su esfuerzo de forma individual primero, pero de magnitud social después, tienen el compromiso de erigir desde la voz del pueblo y la academia el mejor sentido de la moda para una nación.

Es arriesgado plantear la existencia de una moda cubana de estos tiempos, la presencia de un modo de concebir, asumir y llevar la moda muy particular, se define, entre otras cosas, por sus formas de expresión en todos los ámbitos donde quedan incluidas la música, las artes e incluso la gestualidad, de acuerdo a una determinada manera de asumir la imagen y proyectarla.

### **1.6-Implicaciones de la moda como representación social.**

El estudio de la moda desde las concepciones de representación social permite comprender como desde la segunda se da cuenta de las características de una construcción social que partiendo de los individuos y los grupos en ese contexto social permite la elaboración de referentes que se incorporan a procesos tan complejos como la identidad cultural haciéndose compatible a su vez con el sistema de normas y valores que histórica y socialmente han sido determinados.

Como ya hemos apuntado con anterioridad el contexto social propicia la decodificación de la moda como diálogo, responde, por tanto, a criterios muy específicos propuestos dentro de un sistema impuesto por intereses sociales y

económicos, también definidos, que involucran procesos de mercado, producción, distribución y consumo.

En este sentido la moda incluye modos de concebir, asumir y llevar la vestimenta muy particular, definida, entre otras cosas, por sus formas de expresión en todos los ámbitos de las artes y la vida cotidiana, atravesados por una determinada manera de asumir la imagen y proyectarla. El hombre ha expresado así su libertad a través de lo que ha sido capaz de crear, de realizar en orientación personal primero y social después.

La variedad de estilos, modos y criterios, nos lleva por el difícil camino de establecer aquellas o estas características de la moda, lo más preocupante es deducir: ¿de quién es la razón? ¿Constituye la invasión de estilos foráneos un peligro a lo propio? ¿Es lo que promocionan las grandes potencias lo aceptable como moderno? Estas y otras interrogantes se presentan como las grandes disyuntivas de estos tiempos en la construcción de representaciones sociales sobre este fenómeno específico.

Es este sentido, que el negocio de la moda depende en una de sus vertientes de la imagen que se logre ofrecer, de lo rico del vestir y de los valores que se promoción, de lo anterior dependen a su vez las imágenes que nos representamos.

Las herencias recibidas por la sociedad corren “el riesgo de ser desprestigiadas y menospreciadas por las jóvenes generaciones y con ello pierde relevancia y se diluye el sentido colectivo de la acción, la única alternativa es contextualizar cada indicador de identidad dentro de valores sociales, sobre la base de lo autóctono y así lograr un equilibrio entre las exigencias actuales de la moda” y las percepciones que de ellas se derivan.

Anteponer a un significado comercial la implementación de producciones nacionales acordes con los tiempos actuales para establecer un mercado nacional donde la moda se vea reflejada y con ella la gama de opiniones que suscita, hace de la lucha por hacer de la moda un espacio menos superficial, una necesidad que inicia, por supuesto, con el necesario cambio de las mentalidades. Darnos cuenta de que algo más que la moda está en peligro, es inmediato.

Es hora de marcar la diferencia y asumir la dignidad en la moda en bien del futuro de la nación, pues si bien para muchos es una expresión cultural, para otros solo se convierte en una necesidad. Sin embargo, es importante mencionar aquellos que aún en las condiciones de esta sociedad ven el tema como una banalidad sin importancia, pero que si suele convertirse en centro de tensión de las relaciones sociales.

Hablar de relaciones sociales nos lleva a entender frases como "así vestido no puedes salir", "me da igual que los demás lo lleven, tú no lo llevarás" (Toro, s/a: 1), expresiones que se extienden desde el ámbito familiar hasta los grupos de los cuales formamos parte. Pues lo quieran o no, la moda forma parte de la vida de la sociedad. Y no solo eso, en la mayoría de los casos, la moda es una forma de comunicación y de desarrollo muy eficaz y también una manera de mostrar su rebeldía.

Es de destacar, por tanto, las ventajas de la moda. Consideramos pertinente elementos como: su afianzamiento como forma de expresión que es, cuando se tiene la posibilidad de elegir como vestirnos, peinarnos, o sea que la moda también nos ayuda a definir nuestra identidad, cuestión ésta importante porque es precisamente la adolescencia el momento en el que esa característica de la personalidad empieza a ser trascendental.

Volver sobre la pertenencia al grupo, nos lleva por el camino de la socialización, camino que comienza fuera de la familia. Es en ese momento que la pertenencia a un grupo por medio de la moda ayuda a mostrar que formamos parte de unos u otros grupos o movimientos.

Aparece la impronta de explorar desde la creatividad, más allá del pensamiento abstracto. La moda es una fórmula más de hacerlo, hacia el conocimiento de uno mismo, de conocer mejor nuestro cuerpo, saber qué es lo que nos sienta bien o mal, qué es lo que va con nosotros, tanto desde el punto de vista del físico como desde el carácter.

Nos da información sobre la sociedad y sus miembros. Muchos siguen a personajes famosos a la hora de vestirse o peinarse: cantantes, actores o actrices, modelos o simplemente famosos. Otros siguen las modas de determinados grupos de la subcultura urbana. En cualquier caso, eso nos da información sobre los individuos, sobre qué o a quién admiran y sobre cuáles son sus intereses. Buscar información sobre estos íconos nos puede ayudar a entender mejor al resto de los que conviven en nuestros espacios sociales.

Estas y muchas otras pueden ser las ventajas de la moda, sin embargo, también trae asociado a ella problemas que pueden atentar contra sus propios defensores. Si por una parte ayuda a pertenecer a un grupo por otra se puede tornar un tanto peligroso pues algunas veces la obsesión por una moda puede ser el punto de partida para entrar a formar parte de un grupo peligroso. Esos peligros pueden ir desde el consumo de sustancias prohibidas, hasta cometer delitos o practicar actividades ilícitas. Los gastos excesivos por seguir modas pueden provocar que seamos inconscientes del gasto que supone.

Los problemas familiares suelen ser otras de las consecuencias negativas pues sin enmarcar el fenómeno en un determinado período de edad, la moda puede y suele ser una de las vías para diferenciarnos de los demás, incluyendo los padres y viceversa. En estos casos el diálogo es la mejor solución.

En algunos casos, la moda se convierte en una obsesión, convirtiendo a sus usuarios en ***fashion victims***. Como cualquier otra obsesión esta puede llegar a convertirse en un problema ante la disyuntiva que plantea su duración, es por ello que muchos se frustran o se dejan envolver en el mundo de la moda pues cuando “logras comprarte lo “último” ya la industria anda promocionando un nuevo producto” (Reyes, 2013: 1).

Lo efímero no solo sea hace distintivo, la colectividad, la elevación de los precios, la importación de gustos y tendencias, que nada tienen que ver con Cuba ni los cubanos van a ser de sus principales características. Consumismo y moda, suelen convertirse en caras de la misma moneda.

El elegir ser parte de la moda se convierte en alternativa desde las particularidades de los miembros de una sociedad y de la influencia de la sociedad misma. Las representaciones sociales que de ellas emanan muchas veces pasan de manera inconsciente para sus miembros aunque muchas otras son resultado de los procesos descritos a lo largo de estas páginas.

El análisis que se desprende de este tema desde nuestras consideraciones versa sobre el llamado de alerta a aquellos grupos vulnerables que como los jóvenes, las mujeres, se pierden en la compleja red de relaciones que se deriva de procesos tan complejos como el consumo del vestir.

Muchos son del criterio que por ejemplo en Cuba las mujeres “no están conscientes que son deslumbrantemente hermosas. No deben preocuparse ni ocuparse como otras en hacer trampas para encantar al sexo opuesto. Son bellas sin maquillaje, siliconas, atuendos de marcas foráneas, ropas exclusivas, zapatos caros o cualquier otro invento que dicte la moda del momento” (Reyes, 2013: 1). Es por eso que no todas son fieles a la moda que llega del primer mundo pues muchas eligen “no ser víctimas recurrentes de una industria poderosa y millonaria, que pretende uniformarnos a través del consumismo” (Reyes, 2013: 1).

De las respuestas que seamos capaces de dar a este tipo de fenómeno dependerá el futuro del buen vestir. Urge la preparación de profesionales capaces de desarrollar una forma de vestir con diseños textiles acordes a las exigencias culturales y los patrones definitorios de una nacional, resta ahora abandonar ideas del pasado y examinar sin prejuicios la realidad actual de la moda, para perfilar derroteros que procuren, desde ella, preservar la identidad cubana, es importante fortalecer la implementación de políticas que provean el conocimiento, la orientación y la educación del gusto de la población y propicien el reconocimiento por la mayoría de un modo de vestir cubano, es hora de mirar que más allá de las etiquetas, hay jóvenes que luchan por encontrar un espacio y ser aceptados a pesar de "no estar a la moda". Es hora de marcar la diferencia y asumir la dignidad en la moda en bien del futuro de la nación.



## **Capítulo 2: Representaciones sociales sobre la moda en los jóvenes universitarios espirituanos. Aproximación empírica.**

### **2.1- Sancti Spíritus dentro de la moda: contexto sociocultural espirituario como espacio de la moda.**

Para encontrar los elementos empíricos que dan cuenta de la situación que en el orden teórico y discursivo hemos planteado, se decidió realizar un estudio sobre las representaciones sociales que sobre la moda tienen los jóvenes universitarios, el cual particularmente se ancla en la Facultad de Humanidades de la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”, estrategia muestral de naturaleza preferentemente cualitativa la cual quedó fijada en la introducción del presente informe de investigación.

El itinerario investigativo en este orden, se apertura en la búsqueda del elemento fáctico a partir de la observación (Ver Anexo 2) realizada en distintos espacios del contexto espirituario. Identificar los elementos que son distintivos de la moda en este contexto, será nuestro primer y último fin.

Sancti Spíritus al estar inserto en un contexto que no escapa de las influencias foráneas y no foráneas presenta una variada gama de ofertas en el vestir de sus ciudadanos. Teniendo en cuenta las propias características que hacen de la ciudad espacio de socialización y encuentro de los más variados gustos.

No perder de vista procesos como la globalización y las nuevas variantes en la comprensión del consumo, se hacen acompañar ahora de distintas formas de abordar el fenómeno del vestir. Aparecen así novedosas polémicas e interrogantes acerca de cómo esas nuevas interpretaciones afectan la construcción de representaciones desde los sujetos sociales.

Por otra parte el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación han modificado en grandes proporciones los referentes con los que estábamos acostumbrados a definir nuestras maneras de entender e interpretar el mundo,

puesto que, las representaciones de espacio, tiempo, futuro y comunidad han variado significativamente a partir de las diferentes interconexiones que se dan a nivel mundial y el consecuente debilitamiento de los conceptos de los cuales emanan dichas representaciones.

En definitiva estos procesos han llevado a complejizar enormemente el proceso de construcción de las representaciones sobre los distintos espacios de la realidad, en especial, porque los instrumentos de los *mass media* someten todas las nociones a una reformulación a partir de la nueva comunicación que se establece.

Como veníamos comentando el mundo tiende a transformarse en una gran red que trastoca las representaciones construidas en un momento determinado. Que las nuevas nazcan cargadas de significado, mejores o peores, solo el hombre lo puede decidir.

Es en este contexto que solo a través del trabajo aunado de creadores, instituciones y los propios individuos que podremos salvar a las culturas nacionales de perder importancia y significación ante el poder de las redes globales. Interrogantes como ¿quiénes somos? ¿qué nos distingue? y ¿qué queremos? han vuelto a tomar impulso y a revivir el en debate entre lo propio y lo ajeno.

Partiendo de la visión global expuesta, la presente fue realizada en tres puntos diferentes de la ciudad espirituana, en aras de confrontar resultados. Un primer acercamiento al espacio urbano conocido como Parque Serafín Sánchez, área desde donde se dan las más diversas funciones de la centralidad urbana, nos permitió encontrar vestuarios formales específicos, en su mayoría, debido a la presencia de centros laborales –aquí quedan incluidos los que pertenecen a gastronomía, TRD, cuenta propia, turismo, entre otros- que exigen el uso de uniformes de acuerdo al sector al que pertenecen.

El uso diario de este tipo de vestimenta los identifica como tal. Esto es válido para hombres y mujeres. Estas últimas han reincorporado el uso de las medias de nylon, como parte de su uniforme, por lo que aparecen ahora de manera más usual. Dichas

medias son un producto cuyo uso disminuyó mucho en los últimos años por diversos factores, entre ellos lo elevado de sus precios, y por tanto, la difícil adquisición.

Persisten junto a la descripción anterior todo aquel que de manera informal utiliza el Parque como espacio de ocio y entretenimiento donde la manera de vestir no parece ser determinante. Siendo así encontramos enormes variaciones, desde el más elegante de los trajes hasta el más informal de ellos. El short, pullover, camiseta y sandalias suelen ser ejemplos fehacientes de lo anterior.

Los grupos que suelen visitar éste muchas veces son reconocidos por su manera de vestir, no es raro entonces que aquellos o éstos sean llamados rockeros o freakies, los que subjetivamente son apreciados como mal vestidos y los que se acercan a la suciedad.

También están las que visten largo o corto, recatado o no, estamos hablando de cuestiones que dependen casi en un cien por ciento de las decisiones de los implicados.

También encontramos los jóvenes, que visten para sus actividades de estudio con uniformes. En las instituciones estudiantiles lo llevan según está orientado y en ocasiones, cuando salen de ellas lo transforman como muestra de independencia, de poder de decisión, de actuación de acuerdo a sus preferencias, o hasta como forma de enfrentamiento al mundo de las normas impuestas.

Hacer un alto, y entender que el clima tropical al que nuestro país está expuesto durante casi todas las estaciones del año, hace que la vestimenta también esté en correspondencia con ello. La recurrencia del short y las sandalias parece no tener fin en el día. La situación en las noches espirituanas hace que aparezcan los que según ellos “están a la moda” hasta los que pasan de manera más discreta. Lucir todos los colores, es condición inherente a la ubicación geográfica del país.

Otra mirada realizada ahora a la conocida Plaza Cultural, nos convoca a una nueva reflexión. La confluencia de jóvenes en este espacio para el disfrute de las actividades recreativas que allí se ofrecen permitió obtener un abanico de prendas

que ahora se hacen recurrentes en el vestuario del espirituano y las espirituanas. Los zapatos altos en las mujeres conocidos como “secretarias”, los jeans altos y pegados al cuerpo, las carteras, son usuales allí. Del sexo masculino, las zapatillas, los pullovers y los pantalones jeans dan muestras de uniformidad.

Por último y para nosotros el más importante de los escenarios a describir dado los objetivos planteados en la introducción de este estudio, fue la Facultad de Humanidades desde donde fueron observados los estudiantes universitarios de la muestra referida. Aunque ya fue aclarado que estos responden dentro de la institución a un reglamento desde el cual está regulada la manera en que deben estar vestidos, continúan siendo una fuente de inigualable valor.

La universidad constituye un nuevo escalón en la vida de todo joven que sigue los caminos del estudio. El grado de madurez que desarrollamos dentro de ella nos prepara para la vida futura. Las decisiones sobre lo que es más adecuado, según los gustos, ahora no pasan desapercibidas.

Los jeans, de los más diversos estilos y colores son prendas que en nuestros jóvenes encontramos a diario. Las sandalias combinadas con las carteras, bolsos o jabas distinguen a las jóvenes que intentan tener un estilo diferente. Las uñas acrílicas, requisito indispensable de las muchachas, aparecen con los colores y diseños más exagerados. Quizás donde más homogéneos son en ambos sexos es en los pullovers y blusas, no son iguales pero si dentro del rango establecido para con la docencia.

Además siempre encontramos aquellos casos particulares donde observamos lo que en criterio de “último de la moda”, hacen de las aulas universitarias su espacio de promoción. Prendas como las sayas de talle alto, los cintos finos, los grandes audífonos son algunos ejemplos de lo que hemos visto en los tiempos actuales.

Quizás para muchos la recurrencia de las mismas prendas sean indicios puramente consolidados de la moda espirituana actual, sin embargo, en un análisis de los orígenes de estas prendas, los contextos de los que han venido, y la manera en que

los cubanos y con ellos los espirituanos las han utilizado, hace que nos asalten interrogantes cuyas respuestas aún están por dilucidar.

De lo que si estamos seguros es de que cada momento y contexto histórico han ido condicionando la manera de vestir del hombre, procesos citados como la globalización y el consumo cultural han traído de aquí y de allá las más disímiles variantes en el vestir. Sancti Spíritus no ha estado exento de ello. Los universitarios tampoco.

Es así que los procesos de desestructuración de las viejas identidades que se producen a partir de estas nuevas condiciones protagonizadas ahora por nuevos elementos del vestir hace que los jóvenes sean pensados como un grupo sometido a la desidentidad y alineación, lo cual repercute directamente en la complejidad y cultura de su modo de vida y con ello la construcción de sus representaciones.

Aseverar la existencia de una moda en Sancti Spíritus, con elementos propios y distintivos o al menos los que se muestran de manera reiterada, según las observaciones realizadas, nos presenta frente a la singularidad de un espacio que ha sido marcado y determinado por cuestiones tan puntuales como la reproducción de lo que en materia de vestuario incorpora lo nuevo en lo establecido.

## **2.2- ¿Hay moda en Sancti Spíritus? Una cuestión a resolver.**

Amén de los procesos y fenómenos descritos en el epígrafe anterior cuya influencia es decisiva en la vestimenta de los espirituanos, encontramos que en éstos como en el resto de los cubanos influyen a su vez, los *dictados de la moda*.

Este es un hecho de carácter económico que surgió a finales del siglo XVIII, con el diseño de modelos exclusivos para personas de alto poder adquisitivo. En el siglo XIX, con el desarrollo científico, técnico e industrial, esta iniciativa continuó con la creación de casas de moda o alta costura, algunas de ellas incluyeron talleres para brindar servicios a personas de nivel adquisitivo medio.

De esta forma comenzó la producción a gran escala, abaratando los precios del mercado. Se editaron revistas de moda para difundir los modelos, se crearon colecciones y se confeccionaron patrones que llegan a otros países, vendiéndose a bajos y altos precios. Todo este proceso influyó en la confección industrial del vestuario.

Hoy las casas de moda y las industrias de confecciones se reúnen y hacen grandes ferias en las que se establecen los lineamientos del año siguiente. Esto se expande por el país, de donde salen algunas tendencias que serán usadas por alguna parte de la población.

Saber hasta qué punto la situación descrita realmente está entre nosotros condujo la ruta de la investigación a entrevistarnos con creadores que desde el Fondo Cubano de Bienes Culturales y los ya mencionados informales generan producciones para el territorio (Ver Anexo 3).

Los que pertenecen al primer sector al interrogarles sobre la existencia de normas para desarrollar una producción o colección como ellos también le llaman, explican que *“no existen normas para los productores espirituanos a la hora de crear un diseño, simplemente lo elaboramos y lo sacamos al mercado”*.

La disyuntiva a la que se enfrenta un creador parece no tener fin, pues por otra parte encontramos que estos mismos diseños dictados desde su capacidad para crear y enriquecer, deben ser coherentes con la necesaria *“correspondencia que debe existir entre las producciones y las demandas de los usuarios ya que siempre tratamos de adecuar los productos al gusto de los clientes, dándoles por lo general un tono juvenil, veraniego, pero a la vez elegante”*.

Lograr conciliar creación y gusto desde esta posición se torna un tanto difícil sobre todo cuando se reconoce *“la influencia de las producciones no estatales en el predominio del vestuario”*, esta resulta ser en muchas ocasiones una alternativa que desde sus criterios *“está en correspondencia con el gusto de cada persona”*, sin embargo, están conscientes a su vez sobre la abundancia de *“la ropa extranjera”*.

De ahí nuestra marcada insistencia en la detección de aquellos patrones culturales foráneos que si bien por una parte enriquecen nuestra cultura, también encuentran en ella el espacio ideal desde donde desarticular lo identitario de un pueblo, en este caso, desde el vestir.

Es así que nuestro diálogo condujo a que los implicados reconocieran de manera sentida que *“en la población espirituana prevalece un vestuario mayormente importado de otros países, la población prefiere comprar la ropa extranjera con los distintos tipos de marcas que existen a comprar la confeccionada por los diseñadores”*.

La era de lo extranjero *“con predominio de la mezclilla”*, ha resultado ser infinita en un contexto donde el clima es determinante. Al ser considerado por éstos como un factor que *“influye mucho en los diseños ya que Cuba es un eterno verano”*, las mismas producciones estarán en correspondencia pues *“tratamos de que sean elaboradas con telas frescas, que abunden los escotes, preferimos trabajar con tejidos de hilo, algodón, satín, poliéster”*, sin embargo, los jeans siguen con el cartel de llegamos para quedarnos.

Un punto sobre el cual vienen coincidiendo nuestros entrevistados está relacionado con el aspecto económico. Son del criterio que *“la economía influye directamente y de manera muy particular con el tipo de ropa que usa la población espirituana”*. Aquí encontramos los más favorecidos, y los que víctimas de un salario no tienen *“el dinero completo para comprar determinada prenda en las tiendas”*.

Expectativas el espirituano encuentra varias, es así que acogerse *“a la opción de comprar la ropa a plazo que llega del exterior a través de aquellos dedicados a viajar para comprar ropa en otros países y revenderla aquí”*, contribuye a facilitar la adquisición de una prenda que aunque no resulte del todo agradable para el portador, viene con determinadas ventajas, viene con etiqueta de alternativa.

Un intento por sintetizar las ideas expuestas los condujo a afirmar que aún hoy bajo las condiciones actuales *“no podemos hablar de una moda espirituana ya que*

*dejamos a un lado lo tradicional lo autóctono por diseños que nada tienen que ver con nuestras raíces un ejemplo lo tenemos en el caso de la guayabera”.*

Reflexionar en torno a ella los hace ver como *“a pesar de haber nacido en nuestra provincia no tiene una construcción social como elemento tradicional del vestuario de los espirituanos. Apremiar modificaciones en la valoración que tienen de ella, se refleja en su escaso uso”.* Confiesan ver esta pieza como el elemento que *“mantiene el vínculo entre nuestro pasado y nuestro presente. La guayabera sigue siendo tradicional, pero en el área de lo ideal, no en su uso práctico”.*

En el otro extremo encontramos las casas de costura o talleres particulares que se dedican al tema, espacios que han proliferado tras el establecimiento del trabajo por cuenta propia. Al estar movidos por sus propios intereses, distinción esta que resalta por no estar vinculados directamente con el sector estatal estos explican que *“ellos son los portadores de sus propias normas, orientadas a producir para vender, más que para destacar una tendencia, la ropa es negocio”.*

Uno de los criterios que sustenta lo anterior, criterio con el que coincidimos y que salta al paladar nuevamente es lo relacionado con el poder adquisitivo, como un problema. Así refieren, *“los precios de los productos son una limitante para su adquisición, no están al acceso de toda la población, los jóvenes en especial, dependen de sus padres en muchas ocasiones; sacan la cuenta y prefieren comprarse algo más barato”.*

Esto influye directamente en que *“no van pensando en un modelo a buscar, sino contando los centavos que tienen y ver cuál pueden comprar con ese dinero.* Situación está que se agrava y refleja en otros niveles, ya que, uno de los resultados directos del Período Especial, fue sustituir elección por necesidad.

Es importante aclarar. A pesar de que algunos productos tienen precios elevados existen aquellos que los compran, aunque esto signifique un gran derroche, para éstos la ganancia está en presentar una imagen deseada, en crear un estilo propio, para éstos el dinero no es lo que determina. Y de estos todavía encontramos un número representativo en las calles espirituanas.



Es así que las producciones, en criterio de estos creadores, por tanto, *“no entran necesariamente en correspondencia con las demandas de los consumidores, aunque juega un papel fundamental el conocimiento sobre lo que en materia de vestir porta la sociedad que nos espera.* De ello dependerá en gran medida que los productos sean del todo recepcionados o no.

Hablar de conocimiento nos remite a las vías por las cuales el hombre como ser social recibe la influencia de otros en su accionar cotidiano. Señalan los productores a *“espacios como la televisión, procesos como la comunicación, el propio proceso educativo y las decisiones de cada persona como responsables de la individualización de la imagen”.* Decir del papel que juega cada particularidad en la conformación de lo general.

En este sentido los jóvenes deben ser capaces de percatarse de los mensajes que transmiten las películas y videos clips donde la moda encuentra un espacio de promoción. La realidad muestra que los medios de publicidad y propaganda son bastante efectivos, si unido a ello contamos con limitadas opciones que realmente tengan dentro de sus objetivos la promoción y divulgación de temas como el vestuario.

La poca presencia de programas que desde los medios contribuyan con la educación del individuo en el rescate de lo tradicional primero, y en la cultura del vestir después dan cuenta de lo anterior.

Unido a esto, en los últimos tiempos ha aumentado la influencia de los individuos que nacidos en Cuba residen en el extranjero (fundamentalmente en Estados Unidos) y de los llamados “paqueteros” que viajan a países de América Latina, trayendo a nuestro país paquetes de ropas y otros productos. Ya los mencionábamos en un primer momento.

Es así que comentan: *“este mercado se convierte en una alternativa para aquellos que buscan en los estilos foráneos la complacencia a sus preferencias. Las marcas, los diseños, las combinaciones extranjeras han proliferado en la vida cotidiana del*

*espirituario*". Se convierte este en punto de coincidencia comentado desde lo estatal, lo cual demuestra que desde una interpretación u otra no podemos obviar la situación, la alternativa existe y es reconocida.

Es preciso comprender entonces porque uno de los entrevistados desearía ver a *"los jóvenes incorporando algunos rasgos que formen parte de nuestra identidad en su manera de vestir, de acuerdo a lo que hemos construido, incluyendo de forma adecuada sus intereses y necesidades"*. Este acercamiento a la moda internacional con los recursos que tienen para infiltrarse y reproducirse en los espacios sociales, se convierten en circunstancias que nos alejan de nuestra identidad.

Si bien un primer vistazo a la realidad espirituable mostró la presencia de prendas que se reiteran, dígame los jeans, sandalias, pullovers, entre otros señalados en el epígrafe anterior, en criterio de los entrevistados aparecen nuevamente las referenciadas y otras que derivadas de fenómenos tan complejos como la religión han cobrado fuerza en la vida del cubano. A decir de esto, aparecen en las calles espirituanas personas vestidas de blanco que dicen *"haberse hecho santo"*.

La situación que se presenta actualmente con el uso de atributos religiosos fue comentada acertadamente (aunque no fuera uno de nuestros compromisos directos con la investigación). Aparecieron opiniones desde donde se planteó que el *"uso de los collares y pulsos religiosos significan un desprejuiciamiento en el vestuario"*, lo anterior, según ellos está relacionado *"con que estos individuos durante mucho tiempo tuvieron que esconder sus criterios, sus creencias religiosas. De ahí que cuando se permitió la creencia en cualquier cosa, la gente no se escondió más y se pusieron todos los atributos que los identificaba"*. Quizás como signo de liberación o pérdida del significado simbólico de la religión sea esta una manera de decir *"aquí estoy con mis ideas y formo parte de esta realidad"*.

Otro de los momentos del diálogo condujo de manera recurrente al análisis del clima como elemento que siempre va a ser según sus palabras *"un factor clave a la hora de diseñar un producto textil"*, definiéndolo como *"determinante y distintivo, pues es un elemento que históricamente ha distinguido países, áreas geográficas, cadenas comerciales e incluso marcas de ropa"*.

Al ser consecuentes con este criterio entendemos porque en nuestro contexto las *“prendas tropicales”* en palabras propias, *“son las de mayor uso, pues es evidente que con este clima, los abrigos de piel y decorados con pelos no son muy eficientes”*. Sin embargo, siempre encontramos por ahí, quienes, o porque se las compran, se las regalan o simplemente se las trae un pariente del extranjero lleva unas botas propicias para la nieve, de estos, señores la viña del señor esconde unos cuantos.

La comprensión de los criterios nos lleva a considerar en coincidencia a *“que no existe en primer lugar una conceptualización acabada sobre la moda. No tenemos moda, tenemos necesidad de vestirnos y dentro de eso la gente trata de buscar lo que le gusta o le pega. La moda es hija de la frivolidad, no es reflexiva. En lo nuevo, lo novedoso, siempre encontrará sus receptores”*.

El análisis particular de cada uno de los criterios expuestos nos permite comprender desde el lenguaje propio de los implicados la variedad de sus percepciones sobre las mismas interrogantes, en una interpretación primero individual y luego compartida, podemos decir, a modo de conclusión parcial que si en un primer momento compartimos el criterio que valida la moda como efímera, no nos queda otra opción, que coincidir otra vez en que cada día se aleja un poco más de su conversión a lo tradicional, refiriéndonos en el caso específico de lo que ha primado en tiempos anteriores.

La aparición por poco tiempo de prendas cuya delimitación social las presenta como resultado directo de lo que está de moda, da cuenta, de que bajo estas circunstancias el camino sigue adelante en una industria que no tiene retroceso, y que por demás siempre encuentra espacio en las nuevas expectativas de los individuos.

Por tanto, la rapidez, dinamismo, flexibilidad y duración de una prenda como signo de actualidad, son criterios que en muchas ocasiones pasan por una parte, desapercibidas para los que vestir forma parte de la cotidianeidad, pero para, determinación de su existencia en la sociedad.

La cultura del buen vestir va a permitir entonces que cada persona pueda establecer diferencias en cuanto a lo que se debe usar para cada ocasión. La ausencia de ésta queda reflejada cuando no somos capaces de discernir que la moda debe adaptarse al momento y el lugar adecuado.

En síntomas de economía, opciones y alternativas vuelve una vez más sobre el individuo y su capacidad de elección sobre lo que debe usar en casos concretos como la asistencia a clases, la visita al médico, la funeraria, las gestiones de trabajo, una boda o una fiesta popular. Andar con los amigos, ir al parque hacen la diferencia en la ropa que se lleva a cada lugar. No por gusto aparece este marcado vestigio desde el cual estamos desprovistos de lo propio e identificativo en el vestir.

### **2.3- Una mirada a la moda desde los jóvenes universitarios.**

Entender desde otra mirada lo relacionado con la moda y sus implicaciones condujo la investigación por el necesario acercamiento a la perspectiva estudiantil, voz rectora declarada del presente estudio.

La realización de encuestas (Ver Anexo 4) en busca de un abanico de opiniones desde donde se vieran reflejados los criterios, como habíamos asentido, de estudiantes de cada uno de los años del curso diurno de la Facultad de Humanidades, permitió entrar en contacto con un total de 74 estudiantes, de ellos 63 del sexo femenino y 11 del sexo masculino con edades entre 18 y 24 años de edad.

En un primer análisis de sus respuestas pudimos conocer que de ellos a solo 5 estudiantes no les gusta estar a la moda, es decir, que el 93, 24 % refieren si gustarle. Lo anterior nos da pie a considerar que la muestra estudiantil escogida constituye un potencial en la comprensión e interpretación del fenómeno en cuestión. Si no cuentan del todo con los conocimientos, al menos son conscientes de su existencia, lo cual permitirá a su vez encontrar las más diversas, fundamentadas o no, representaciones sociales.

Desde lo que significa para ellos "*estar a la moda*" pudimos obtener que el criterio de "*usar lo que más te gusta*" es representativo por un 64, 8 %, pues solo 13 lo ven por

medio de vestir bien, 5 solo lo identifican con usar ropa de marca y 8 solo a través de aquello que se pueda tener para vestir.

Estos datos nos permiten comprender que si bien desde el análisis teórico realizado sobre las representaciones sociales, la determinación individual se convierte en el primero de los elementos a tener en cuenta, la práctica vuelve a demostrarnos que solo de la subjetividad del individuo emanan las más variadas interpretaciones de los fenómenos de la realidad social.

Volcarnos a las consideraciones estudiantiles sobre cuales prendas están a la moda nos ofreció una diversidad protagonizada por los ya conocidos jeans, zapatillas de marca, shorts quienes recibieron el 100 % de su aceptación.

La inclusión de otras prendas en altos por cientos como las secretarias (89), camisas (72), vestidos (64), balerinas (82) dejó fuera a la conocida y no valorada guayabera, quien no recibió ni un solo voto a su favor. Nos encontramos nuevamente ante la disyuntiva de buscar por qué medios, vías o alternativas podemos contrarrestar los efectos que sobre la población y en particular los jóvenes en cuestión han surtido las prendas mencionadas, cuyo origen ya sabemos que no es propiamente cubano.

Qué no pasa de moda, es un tema que desde sus respuestas y en nuestra consideración se torna controvertido. Respuestas sustentadas en las mismas prendas sobre las cuales venimos insistiendo (jeans, tenis, shorts, vestidos, zapatillas) han estado según ellos en todos los tiempos, sin embargo, en un análisis más profundo de sus criterios encontramos que *“el buen gusto, lo autóctono, lo tradicional, el gusto de cada persona”* tampoco son cuestiones a obviar.

Preguntarnos entonces hasta qué punto existe una coherencia entre las prendas y lo que tradicional nos llevaría a pensar que éstas ya forman parte importante de lo autóctono del cubano. ¿Qué pasa entonces con aquello de que cada momento histórico condiciona el modo de vestir?. Definitamente, lo condiciona, solo que el tiempo no logra retener esos elementos que para ese momento particular dictaminó la moda.

La determinación grupal aparece teóricamente reconocida como un aspecto que influye y determina en la manera de vestir del hombre. La importancia de las relaciones de grupo, las vías de socialización y vínculos que permite establecer hace de él un espacio generador de prácticas sociales, sin embargo, desde la consideración estudiantil en un 97,3 % éste no marca influencia sobre ellos a la hora de vestir. ¿Cómo entender lo anterior?

Quizás estos estudiantes aún no son del todo conscientes de la influencia a la que hacemos referencia, y aunque sus criterios validan una negativa, en una mirada crítica desde fuera si nos pudimos percatar de ciertas similitudes en el vestir que si bien responden por una parte a las normativas establecidas también hacen ver a estos homogéneos como grupo socialmente establecido.

En contraposición encontramos que el 98,6 % asiente que la moda es un medio a través del cual se pueden transmitir mensajes, es decir, que son conscientes de que por medio de lo que usamos se puede realizar una lectura de nuestros gustos y preferencias, de los estilos que portamos y de los signos de la cultura que defendemos.

Es así que existe entre ellos un reconocimiento no solo del vestir como componente de la moda, pues si en un momento determinado defendimos la idea de los accesorios también como dignos representantes de nosotros mismos, los estudiantes en 94,6 % lo reafirman.

Un tema que se ha reiterado en el discurso de los implicados en esta aventura del vestir está relacionado con la economía, y es que ésta ha venido condicionando en gran medida la industria del vestir.

La tenencia de recursos económicos para adquirir un atuendo o accesorio que complemente nuestro traje hace que los estudiantes en un 98,6 % estén de acuerdo en que debe ser “más barata”, esto nos indica como los altos precios constituyen una condición inherente de dicho fenómeno.

Para otros el que se sea más cómoda también resulta una necesidad y así lo valida el 95, 9 % de los encuestados. Ridículos, son muchos de los productos que se ponen de moda en determinados momentos, criterio estudiantil que se representa a través del 64, 9 % pues aunque no todos podemos acceder a los productos que se ofertan en el mundo de la moda, por cuestiones ya comentadas, si encontramos aquellos que motivados hacen de su cuerpo el exhibidor de una prenda que nada tiene que ver con sus cualidades físicas.

De acuerdo a los gustos personales sería lo ideal, de ahí que el 93, 2 % esté en consonancia con la idea de lograr incorporar en nuestro vestir aquello que realmente esté acorde con nuestras preferencias.

Esto nos lleva a entender porque en más de una ocasión se reitera el criterio de que no somos portadores de una moda, es decir, los espirituanos. Desde la perspectiva estudiantil que la negativa esté respaldada en un 91, 9 % nos deja sin otras opciones.

En cambio sí llevamos esta consideración al espacio estudiantil encontramos una situación diferente. La afirmativa en un 70, 3 % sobre la existencia de una manera particular de vestir en los universitarios caracterizada por la presencia de los tenis, jeans, bolsos, collares, pulseras, ropa de tela, etc., hace que frente a un 29, 7 % en tendencia opuesta seamos coincidentes en que los espacios sociales compartidos, por solo citar un ejemplo, generan prácticas sociales compartidas, quizás la conciencia sobre este tipo de aspecto es en lo que nos falte trabajar.

Entender que *“la moda es el tipo de ropa que se usa de acuerdo con el momento, la ropa con la cual nos sentimos más cómodos, más a gusto. Es vestir, actuar e identificarse con el medio, lo que mejor nos quede, lo que no sea ridículo, vestirnos de acuerdo a nuestras necesidades, la forma de expresar ante la sociedad quienes somos”*, se constituye en la síntesis de los criterios estudiantiles expuestos.

Desde una consideración parcial podemos entender que una vez más la determinación individual sobre los fenómenos en los cuales estamos inmersos, es distintiva, a su vez aunque no de manera explícita la influencia del grupo y las prácticas sociales compartidas que de éste se derivan, así como el medio social

dentro del cual estamos inmersos entran en correspondencia directa con la primera, determinándola también.

#### **2.4- Las representaciones sociales sobre la moda que tienen los jóvenes universitarios espirituanos.**

Tal y como hemos venido destacando, los sujetos de nuestra indagación son fuente privilegiada de información a partir de sus vivencias y sentires en relación a la significación que han venido construyendo a lo largo de su periplo por las aulas universitarias y en constante interacción con el contexto espirituario, en relación a las representaciones sociales sobre la moda. Es así que se realizaron dos grupos focales (Ver Anexo 5) con estudiantes de los 4tos años de Estudios Socioculturales y Derecho, carreras con que consta el curso diurno de la Facultad.

Hablar de representaciones sociales sobre la moda en los jóvenes universitarios nos remite a la manera en que éstos asumen y deciden qué tipo de vestimenta desean usar. A partir de esta decisión encontramos una variedad de manifestaciones conductuales que se hacen particulares del contexto social con el que entran en contacto de manera directa. Es así que la determinación individual se ve envuelta en la dialéctica que implica el proceso a través del cual dichas decisiones son un producto directo de ese medio social al que aludimos, y en el mejor de los casos, del grupo con el cual interactúan. La exposición a condiciones ya sean, económicas, subjetivas, de estética, permite que éstos sean evaluados como portadores de la condición “estar a la moda”.

Los grupos focales realizados con estos estudiantes permitió la obtención de una estructura de criterios sobre la esencia de la moda, definiéndola desde elementos como: *“la ropa, zapatos, forma de vestir, forma de peinarse, maquillarse, modo de caminar, la música, la pintura, las bellas artes, la forma de expresarnos, de comunicarnos, etc.”*

Esta diversidad de criterios se sintetizó en un primer momento en su definición, desde donde la moda *“además de estar presente en la forma de vestir de las personas como símbolo de personalidad, es algo que más que estar elegantes y*



*deslumbrantes, es sentirnos cómodos, protegidos, conformes con lo que llevamos puesto y con nosotros mismos”.*

En una interpretación de lo antes expuesto salta a consideración la determinación del elemento subjetivo e individual, donde no *“solo luces bien y distinto para la sociedad, sino que te sientes bien contigo mismo, más que con los demás”*. Sin embargo, encontramos elementos completamente nuevos que también distinguen una época.

La música, la pintura, la comunicación son algunos ejemplos que denotan en la historia de la humanidad tiempos tan cruciales como la Ilustración, las revoluciones de las tecnologías, la modernidad, la famosa década de los 70. Que los estudiantes sean conscientes de la existencia de este tipo de elemento, también enriquece la concepción y connotación de la moda, o en el mejor de los casos de las representaciones sociales sobre ella.

Conscientes de su existencia, la práctica también ha demostrado que la aparición de otros fenómenos cuya complejidad aún está por dilucidar, han jugado un papel mediático sobre los primeros. Es en este sentido que la discusión nos llevó a entender, según ellos, que *“la moda en Cuba producto a la globalización nos ha sido impuesta, ejemplo la mezclilla, cuyas prendas casi siempre las compramos ya confeccionadas por lo que se ha perdido en gran medida la identificación con las necesidades”*. *La moda que lanzan los diseñadores cubanos en la actualidad no llega en su totalidad al pueblo ya que el objetivo de estos es comercializarla hacia el exterior, o sea, hacia otros países”*.

Hacernos seguidores de lo anterior es también para nosotros una cuestión de marcado carácter individual, pues aunque esta sea la intención declarada o no de aquellos que se dedican a la industria del vestir, el pueblo en su derecho de consumidor puede y debe elegir el seguir reproduciendo este tipo de ideal, por una parte y de práctica por otra.

Si bien es cierto que la práctica ha impuesto grandes retos y desafíos al vestir, no es menos relevante lo relacionado con los precios, cuya influencia emana directamente de los creadores. A pesar este planteamiento consideramos que el consumidor

también tiene su cuota de responsabilidad en ello. En criterio estudiantil *“los precios de los productos cubanos son muy elevados y todas las personas no pueden comprarlos, es por ello que a veces preferimos comprarnos prendas extranjeras y no las cubanas”*.

Aquí acaece una nueva contradicción con la cual el autor se identifica. En una lectura del discurso estudiantil, por una parte concordamos en que muchos productos cubanos, ejemplos aquellos que *“te dicen que son ropas de hilo cuando verdaderamente es otro tipo de tejido”* son verdaderamente caros. Pero quizás debamos preguntarnos ¿no son realmente caros los productos extranjeros también? ¿Cuánto hemos sido capaces de dar por una prenda extranjera?

Desde nuestra posición creemos que la cuestión no está relacionada con la procedencia de la prenda, sino con lo que realmente se quiere usar, con la representación en si misma de lo que implica la moda para el hombre. El que sigamos comprando a altos precios los productos, ya sean foráneos o no, denota la reproducción de un proceso cuyo fin aún está por predecir.

Es así que la perspectiva estudiantil defiende la negativa de *“que la moda en cuanto al vestir no nos aporta ningún beneficio ya que para un estudiante estar a la moda resulta depender económicamente de los padres, los cuales en ocasiones no pueden complacernos por necesidades económicas por lo que tenemos que adecuarnos a que si se puede se tiene y si no se puede no se tiene”*. La recurrencia de lo económico parece, o de hecho, no es casual.

Si a ello le sumamos, lo fugaz que puede tornarse el *“seguir la moda o lo que es lo mismo estar a la moda”*, pues suele resultar ser *“algo muy complejo ya que lo que se usa hoy puede que se deje de usar dentro de dos o tres días por lo que debemos adecuarnos a nuestras necesidades y no a nuestros gustos”*.

Entendemos que los estudiantes desde esta posición, centrados en la cuestión económica, están obviando las ventajas que en otros sentidos puede y tiene la moda para ellos. Desde la socialización que permite, el desarrollo de capacidades

creativas, la identificación con el grupo y por sobre todo, la información que sobre la sociedad brinda en la comprensión de los muchos temas que llegan asociado a ella.

Sin embargo, estos concuerdan en referir que *“los estudiantes universitarios tienen un estilo único de vestirse, de actuar e interactuar con los demás, de expresarse, el cual los representa ante la sociedad”*, criterio éste que ya ha sido argumentado.

De ahí nuestro reparo de su no conciencia sobre el tema, pues si solo pesa sobre la moda un miramiento económico, sin ansias de ser reiterativos, entonces una paradoja se pone a nuestra merced cuando explican sentirse identificados por un *“vestir más bien sport, sin grandes adornos, casi siempre deportivo, sencillo, por lo general en el caso de los muchachos de pantalón y pulóver y saya, bermuda y blusa en las muchachas”*.

Aunque encontramos la impronta de un vestir que los distinga como grupo social, también son conscientes de la importancia que ejercen las influencias externas sobre la delimitación de dicho estilo único, el cual, según sus criterios se fundamenta en elementos esenciales (citados ya en los marcos del estudio), como el contexto social y la imitación.

El primero lo ven como el espacio *“en el cual nos desarrollamos y formamos parte, es el que influye en nuestros gustos y preferencias”*, y el segundo relacionado con la intención de *“tratar o querer parecerse a alguien, ya sea un cantante, artista, actor, y por consiguiente, imitar a ese ídolo. En el caso de nosotros los jóvenes espirituanos no tenemos acceso o forma de asistir a un concierto de Silvio Rodríguez, Pablo Milanés, Polito Ibáñez, entre otros reconocidos trovadores de nuestro país, tenemos que conformarnos con el Karaoke, las discotecas, donde la música es mecánica, por lo general extranjera, esta llega a nosotros a través de una pantalla, con un estilo y ritmo que nada tiene que ver con el nuestro, pero es lo que consumimos y por tanto lo que imitamos”*.

El poder de elección y la determinación de cada individuo ahora se vuelven definitorias. De ellos, consideramos, depende ese estilo que pretenden defender. La buena apariencia personal es un fundamento importante en la vida de todos los

jóvenes, que se preocupan por lucir bien, por ser admirados. Este elemento siempre se ha adjudicado al cubano como una de sus características distintivas en comparación con ciudadanos de otras culturas. Es decir, que en las nuevas generaciones persiste esta cualidad, con los cambios propios que imponen los nuevos tiempos.

Buscar en la práctica los posibles responsables de lo anterior, amén del propio estudiante, incluye no solo a la globalización como fenómeno cuyos efectos ya habíamos comentado.

Casos como los medios de comunicación, particulares para cada territorio, pero generales según la función para la que están diseñados, son presentados por los voceros de la presente como portadores de un *“papel fundamental ante esta problemática, tanto la radio como la televisión. La radio, lo que oímos y la televisión lo que vemos, si lo que divulgan es reggaetón, eso es lo que consumimos y si lo que se divulga es trova nos vamos a asociar a ella”*.

En el caso específico de Sancti Spíritus *“los medios de comunicación están sobregirados a otras temáticas y no cumplen con la función de divulgación y promoción de los distintos eventos socioculturales que se realizan en la provincia”*.

Las actividades culturales aparecen asimismo dentro de sus perspectivas. En relación suelen plantear que en *“el caso de que alguna agrupación cubana asista a nuestra provincia para dar un concierto, las entradas son muy caras, casi siempre veinte pesos por persona y la mayoría no puede asistir. Por lo que nos cuesta mucho trabajo estrechar el vínculo: cultura, moda y sociedad”*.

Otros procesos como el auge del consumo cultural, las redes sociales con grandes espacios para promocionar la moda a nivel mundial, sus costos y principales consumidores, es una atractiva propuesta que no pasa desapercibida a las expectativas de los jóvenes universitarios.

Los procesos migratorios, las experiencias de los cubanos -muchos familiares de los implicados- fuera del país, en los últimos años, ha provocado un *“movimiento*

*constante de adentro hacia fuera y viceversa, que ofrece cierta influencia en los elementos a considerar en la selección del vestuario a llevar”.*

Conveniente aclarar que solo del sistema de relaciones, prácticas, enseñanzas, experiencias, etc., que seamos capaces de lograr en nuestro intercambio con la sociedad y la compleja red que se deriva de ésta, es que podremos materializar dicho vínculo, de lo contrario solo seguiremos siendo fieles imitadores de los patrones foráneos que consumimos.

A modo de conclusión parcial podemos decir que las representaciones sociales sobre la moda en los estudiantes universitarios están marcadas por una parte por la influencia del contexto sociocultural en el que cada uno de ellos se relaciona y desenvuelve.

Tratar de representar lo que realmente se corresponde con sus sueños, aspiraciones, deseos, y en medio de todo esto elegir, se presenta controvertidamente a lo que deben y no pueden ponerse para quedar satisfechos. Razones desde la práctica, existen muchas, nosotros comenzamos por las económicas dada la connotación que siempre ha tenido el tema. Que existen otras, nadie lo pone en duda.

La imitación, frustración, y en el peor de los casos, pero real, la desvalorización de los productos elaborados para el mercado nacional, son resultados directos de los comentarios descritos. Dicha situación ha desembocado indiscutiblemente en la exaltación del producto extranjero, aspecto este que los jóvenes tienen como centro de expresión de sus preferencias.

Los estudiantes universitarios han demostrado ser una fuente de profundas contradicciones, lo cual demuestra la complejidad de cómo nos representamos a nivel individual un fenómeno de magnitud social, pasando en el mejor de los casos por filtros que como los grupos sociales exponen una variada gama de interpretaciones que pueden o no enriquecer la práctica social de la cual formamos parte.

## **CONCLUSIONES**

Teniendo en cuenta los presupuestos teórico-metodológicos de partida, así como la investigación de campo, podemos avanzar las siguientes ideas conclusivas del presente proceso indagatorio:

- Situar el análisis crítico y comprometido de los supuestos teóricos aportados por las Ciencias Sociales en relación a las representaciones sociales y la moda, se constituye en elemento clave para la interpretación y comprensión que desde el accionar consciente y práctico de los individuos en los procesos sociales desencadenan la construcción de las representaciones sociales sobre la moda.
- Fenómenos tan efímeros como la moda carecen de una conceptualización acabada. Su propia dinámica en el terreno espirituario nos conduce por el camino desde el cual no es distintivo de una moda, sino necesitado del vestir, donde predominan prendas que como los jeans, son representativos de lo superficial.
- Las representaciones sociales sobre la moda en los jóvenes universitarios espirituanos nos remite a la manera en que éstos asumen y deciden qué tipo de vestimenta desean usar. De esta decisión se deriva una gama de manifestaciones conductuales que haciéndose particulares en un contexto social quedan en contacto directo con él, sin poder escapar de la trama dialéctica que significa su enriquecimiento paulatino. De la exposición a determinadas condiciones serán evaluados como portadores de la condición “estar a la moda”.
- La representación social sobre la moda que tienen los jóvenes espirituanos de la Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez” en el período 2013-2014, está basada en la compleja red de relaciones que se entreteje entre los elementos básicos que fijan su existencia: determinación individual, procesos sociales, educación, clima, economía, etc.
- La representación social sobre la moda que tienen los jóvenes universitarios espirituanos en el período 2013-2014 está asociada con la influencia del contexto sociocultural y los fenómenos globales que derivados de éste inciden

directamente sobre la manera en que los individuos se visten y a su vez se representan una imagen del vestir.

- Tratar de representar lo que realmente se corresponde con los sueños, aspiraciones y deseos de los jóvenes universitarios espirituanos sobre la base de la elección, se presenta controvertidamente a lo que quieren y no pueden ponerse para quedar satisfechos. Razones desde la práctica, existen muchas, resaltar el papel de las económicas dada la connotación que siempre ha tenido y tienen en los tiempos actuales, se convierte en cuestión determinante. Que existen otras, nadie lo pone en duda.

## **RECOMENDACIONES**

- Poner a disposición de las instancias institucionales y de las organizaciones juveniles los resultados de la presente investigación.

### **Se sugiere a la dirección institucional:**

- Reconsiderar las prácticas rutinarias de tratamiento del tema del vestuario, haciendo de éste un instrumento educativo y dimensionarlo, en concepción y ejecución, en medio a través del cual contribuir a la educación de los jóvenes universitarios en temas tan controvertidos que influyen en su formación como futuro profesional en articulación con los procesos sociales que involucran la cotidianidad de sus acciones.
- Tomar en consideración los criterios estudiantiles aportados en esta investigación para delinear acciones desde lo institucional que permitan el conocimiento en relación a las representaciones sociales que sobre la moda poseen en aras de contribuir al liderazgo de las organizaciones juvenil y estudiantil en los procesos de elaboración de las normativas establecidas con el tema.
- Desde la acción de los profesores guías y los colectivos de año contribuir a la educación del buen vestir en los estudiantes universitarios espirituanos.

### **A las Organizaciones Estudiantil y Juvenil se recomienda:**

- Realizar un balance crítico y propositivo en relación a las posturas asumidas en cuanto al tema del vestuario develando las circunstancias que condicionan sus representaciones sociales sobre la moda, intentando desde el encargo social que como organizaciones tienen asignado disponerse a cambiar todo lo que deba ser cambiado.
- El enriquecimiento del conocimiento de los fundamentos que sustentan la teoría de las representaciones sociales, así como el proceso evolutivo que ha caracterizado el fenómeno de la moda desde la auto-preparación para poder



desempeñar el rol que les corresponde como organizaciones en la potenciación de la educación estudiantil.

## **Bibliografía**

ALFONSO PEREZA, Ilette. La Teoría de las Representaciones Sociales. Profesora de Psicología del Instituto Superior Politécnico “José Antonio Echeverría”, Cuba. [En línea]. Disponible en: <http://www.psicologiaonline.com/monografias> [Consultada: 15 de enero de 2014.

BANCHS, M. A. Las representaciones sociales: sugerencias sobre una alternativa teórica y un rol posible para los psicólogos sociales en Latinoamérica, en Aportes críticos a la Psicología en América Latina. Editorial Universidad de Guadalajara, México, 1990.

Bermúdez Emilia. (2001). CONSUMO CULTURAL Y REPRESENTACION DE IDENTIDADES JUVENILES. Maracaibo. Universidad de Zulia.

CABRERA, Lidia. El Monte. La Habana: Editorial Arte y Literatura, 1989.

CASTELLANOS CABRERA, Roxanne. Psicología. Selección de lecturas. La Habana: Editorial Félix Varela, 2003.

CASTRO, Verónica. Entrevista a Denise Jodelet: Vigencia de las representaciones sociales y su incidencia en las prácticas profesionales. [En línea]. Disponible en: <http://portal.educ.ar/educar> [Consultada: 15 de enero de 2014.

CABRERA, M. A. El diseño soy yo. Una propuesta desde las representaciones sociales. Tesis de maestría. Facultad de Psicología. Universidad de La Habana. 2004. Inédita

COLUMBIÉ, L. I. Representación social del SIDA. Aproximación a su estudio en mujeres con conducta sexual de riesgo. Tesis de maestría. Facultad de Psicología. Universidad de La Habana. 2000. Inédita

Conferencia General de la UNESCO. [En línea], octubre 2005. Diversidad cultural. Disponible en: <http://www.lacult.org/home/indice.php> [Consulta: 5 de febrero de 2014]

COLECTIVO DE AUTORES. Desarrollo local. Desafíos actuales para América Latina. La Habana: Editorial Feijóo, 2009, 257p

DE URRUTIA TORRES, Lourdes; Graciela GONZÁLEZ OLMEDO. Metodología, métodos y técnicas de investigación social Selección de lecturas. La Habana: Editorial Félix Varela, 2003. 387 p. Tomo III.

DEL RINCÓN IGEA, Delio; SANS Martin, Antonio. Técnicas de investigación en ciencias sociales. Madrid: Editorial Dykinson, 1995. 427p.

García Alfonso. (2008). Identidades y representaciones sociales: la construcción de las minorías. Nómadas (8). Publicación Electrónica de la Universidad Complutense. (Soporte digital).

GONZÁLEZ MORALES, Alfredo. Los paradigmas de investigaciones en las ciencias sociales. En Revista Catauro. 2004, (10). Julio-Dic, pp. 72-88.

GUADARRAMA, PABLO. Filosofía y Sociedad. La Habana: Editorial Félix Varela, 2001.

GUANCHE, Jesús. Procesos etnoculturales de Cuba. La Habana: Editorial Letras Cubanas, 1983.

GUANCHE, Jesús. La cultura popular tradicional en Cuba. La Habana: Editorial Adagio, 2009.123p.

GUTIÉRREZ, Alberoni. La teoría de las representaciones sociales y su Implicaciones metodológicas en el ámbito psicosocial. [En línea]. Disponible en:[http://es.wikipedia.org/wiki/Representaciones\\_sociales](http://es.wikipedia.org/wiki/Representaciones_sociales) [Consultada: 15 de enero de 2014.

HERNÁNDEZ SAMPIER, Roberto. Metodología de la investigación. La Habana: Editorial Félix Varela, 2003. Tomo I y II.

IBÁÑEZ, Tomás. Ideologías de la Vida Cotidiana. Editorial Sendai, Barcelona. España. 1988.

JODELET, Denise. La representación social: fenómenos, concepto y teoría. En: Moscovici, S. Psicología Social II. Barcelona: Editorial Paidós, 1988.

JODELET, Denise. Representaciones sociales: contribución a un saber sociocultural sin fronteras. México, 2000. 7-30 p.

Material de apoyo a la docencia. Filosofía, sociedad y religión. Lic. Semir Farfán Rodríguez. Curso 2008-2009. 6p.

MARTIATU, Ines María. El rito como representación. La Habana: Editorial Unión, 2000.

MARTÍN, C.; Perera, M. y cols. Representaciones sociales de la vida cotidiana en Cuba. Revista Cubana de Psicología, Vol. 18, No. 1. 2001.

Metodología para la investigación en ciencias de lo humano. (CD-ROM). México, DF. Publicaciones Cruz, 2002. Disponible en: <http://www.libros.com.mx>

MORA, Martín. La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici. [En línea]. Disponible en: <http://blues.uab.es/athenea/num2/Mora.pdf> Consultada: 15 de enero de 2014.

PERERA, Pérez Maricela. A propósito de las representaciones sociales: apuntes teóricos, trayectoria y actualidad. Informe de investigación. CIPS. La Habana, 1999.

PERERA PÉREZ, Maricela. Sistematización crítica de la teoría de las Representaciones Sociales. Tesis en opción al grado Doctor en Ciencias, Psicológicas. Ministerio de Ciencia Tecnología y Medio Ambiente. Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas. Ciudad Habana, 2005, p.108.

PETROVSKI A.V. Psicología General. La Habana: Editorial Pueblo y Educación, 1970.

Reyes Aday del Sol. (2013). Vestirse en Cuba. Disponible en <http://www.yohandry.com/index.php/component/content/article/44-cuba/2415-vertirse-en-cuba> (accesado 10/2/2014, 3.20 PM)

Diccionario de la moda: XX-XXI. (Soporte digital).

RODRIGUEZ, Gregorio. (et. al) Metodología de la investigación Cualitativa. La Habana: Editorial Félix Varela, 2004.

SAUTU, Ruth; et al. Manual de metodología: Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. [en línea]. Buenos Aires: CLACSO, 2005. Disponible en:

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/campus/metodo/metodo.html>

[Consulta: 20 abril 2014]

TAYLOR S.J y R. Bogdan. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. Barcelona: Editorial Paidós, 1992, 153p.

Toro Victoria. (s/a). Adolescentes y moda. Para que le sirve la moda a nuestros hijos y cómo podemos evitar los conflictos. Disponible en <http://adolescentes.about.com/od/Hobbies/a/Adolescentes-Y-Moda.htm> (accesado 15/3/14, 10.40 AM)

## ANEXOS

### Anexo 1. Operacionalización de la variable.

Variable	Dimensiones	Indicadores
Representaciones sociales sobre la moda.	Contexto sociocultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clima.</li> <li>• Economía.</li> <li>• Comunicación.</li> <li>• Relaciones sociales.</li> <li>• Vestimenta que prevalece: ropa, calzado, prendas, accesorios.</li> <li>• Códigos.</li> </ul>
	Actitud individual hacia la moda.	<p>Subjetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Opinión sobre la moda.</li> <li>• Conocimientos sobre la moda.</li> <li>• Capacidad consciente de elección.</li> </ul> <p>Objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de ropa que puede usar.</li> <li>• Asunción del criterio “estar a la moda”.</li> </ul>
	Determinación grupal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información que poseen sobre la moda.</li> <li>• Intereses que los unen.</li> <li>• Gusto colectivo.</li> <li>• Rango de edad en el que enmarca el grupo.</li> <li>• Distinción de género.</li> </ul>

## **Anexo 2. Guía de Observación.**

LUGAR:

FECHA:

HORA:

TIPO DE OBSERVACIÓN: NO *PARTICIPANTE*.

VARIABLES A OBSERVAR:

- TIPO DE PRENDAS (ROPA, CALZADO, ACCESORIOS, PRENDAS)
- FRECUENCIA EN EL USO DEL VESTUARIO (MUCHA, POCA, REGULAR)
- CLIMA DE LA CIUDAD (CALUROSO, FRESCO, INVERNAL)
- SISTEMA DE RELACIONES SOCIALES (GRUPOS, DUOS)



### **Anexo 3. Guía de Entrevista.**

Estimado compañera(o):

Me remito a UD. con el propósito de obtener información calificada en relación a sus consideraciones sobre el contexto sociocultural espirituano como espacio de la moda. Su valoración sobre dicho asunto me es imprescindible para la realización del Trabajo de Diploma que efectúo en calidad de estudiante de Estudios Socioculturales de 6to. año cuya temática central son *Las representaciones sociales sobre la moda en los jóvenes universitarios*.

Espero que en medio de su apretada agenda tenga a bien concederme esta entrevista para la cual le propongo un conjunto de temáticas que se han constituido en interrogantes durante el presente proceso de investigación y que, pienso, puedan hacer eficiente y fructífero nuestro encuentro.

Agradeciendo de antemano su colaboración;

Yelena Leonor Cortés Castro

Estudiante de 6to. año de Lic. en Estudios Socioculturales

Fac. Humanidades

Tutora: Lic. Elaine Martínez Betancourt.

#### **Ejes Temáticos de la Entrevista.**

- Existen normas para los productores espirituanos a la hora de crear un vestuario.
- Influencia del clima en estas creaciones.
- Existe una correspondencia entre las producciones y las demandas de los usuarios.
- Influencia de las producciones no estatales en el predominio del vestuario.
- Vestuario que prevalece en las producciones estatales.
- Vestuario que prevalece en la población espirituana.
- Influye la economía en el tipo de ropa que usa el pueblo.
- Podemos hablar de moda espirituana.

#### **Anexo 4. Guía del cuestionario.**

Estamos realizando una investigación en relación a *“Las representaciones sociales que sobre la moda tienen los jóvenes universitarios”*, nos es de sumo interés sus criterios en cuanto al tema en cuestión.

Permaneciendo en el anonimato, agradecemos de antemano su colaboración.

Cuestionario:

Sexo:      F-----                      M-----

Edad:

Año que cursas:

1-Te gusta estar a la moda:                      si-----                      no-----

2- Marque con una X las respuestas que coinciden con sus criterios:

Estar a la moda es:

-----Vestir bien.

-----Utilizar ropa de marca.

-----Usar lo que se pueda.

-----Usar lo que más te gusta.

-----Usar ropa reciclada.

-----Otros.

3-Cuáles de estas prendas usted considera que están a la moda:

-----jeans.	-----guayabera.
-----mocasines.	-----vestidos
-----zapatillas de marca.	-----tenis converse.
-----short.	-----balerinas.
-----secretarias	-----botas de goma.
-----camisas	
-----otros.	

4- ¿Qué es lo que no pasa de moda?.....

5-Influyen tus amigos o tu grupo de amigos en tu manera de vestir:

-----si            -----no

6- Crees que a través del vestir se transmiten mensajes:

-----si                                -----no

7-Forman parte de la moda los accesorios (bolsos, carteras, collares, anillos, pulsos)

-----si                                -----no

8- ¿Cómo te gustaría que fuera la moda?

-----más barata.  
 -----más cara.  
 -----más cómoda.  
 -----menos ridícula.  
 -----de acuerdo a los gustos personales.

9- ¿Son los espirituanos característicos de una moda?

-----si                                -----no

10- ¿Crees que los universitarios tiene una manera particular de vestir?

-----si                                -----no

En caso de que su respuesta sea afirmativa menciona una prenda que distinga esta manera de vestir.....

11- Que es para ti la moda:

-----

-----  
-----  
-----

## **Anexo 5. Grupo de discusión.**

### **Guía de la Técnica de Dinámica Grupal: Grupo Focal.**

#### 1. Caldeamiento y presentación:

Buenos días. Para dar inicio a la actividad grupal a la que les hemos convocado se hace necesario que todos nos presentemos.

Dinámica o técnica de presentación.

#### 2. Encuadre

Estamos realizando una investigación en relación a *“Las representaciones sociales que sobre la moda tienen los jóvenes universitarios”* con el propósito de conocer las perspectivas y opiniones de ustedes los estudiantes sobre dicho fenómeno. Consideramos son los más indicados para ello, debido a la experiencia adquirida en el transcurso de la carrera y su estancia en la Facultad.

Ejes temáticos a consensuar:

- Esencia de la moda. ¿Qué entienden por MODA?
- Beneficios o aportes de la moda al estudiante universitario.
- Influencia del contexto sociocultural en la moda.
- Representaciones sociales sobre la moda en los estudiantes universitarios.