

**INFLUENCIA DEL VESTUARIO EN LA LEGITIMACIÓN SIMBÓLICA DE LOS  
ROLES COTIDIANOS PUESTOS EN ESCENA EN EL MALL LA FRONTERA DE LA  
ZONA SUR DE MEDELLÍN**

**Por**

**María Alejandra Hernández Pastás**

**Trabajo de grado para optar el título de Antropóloga**

**Asesor**

**Germán Adolfo Arango Rendón**

**Antropólogo Máster en Antropología Visual**

**Universidad de Antioquia**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanas**

**Departamento de Antropología**

**Medellín, Antioquia**

**2018**

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar agradezco a **mis padres** por su apoyo constante, pese a cualquier adversidad presentada siempre estuvieron con los brazos abiertos, dispuestos a entenderme y recordarme el valor de la vida cuando todo me pareció perdido, es gracias a ellos que hoy esté donde esté.

A **Germán Adolfo Arango Rendón**, asesor del presente trabajo de grado, sin quien no sería posible pensar este documento, gracias especialmente por no desistir en asesorarme y acompañarme en todo el proceso, con su paciencia, gran calidez humana y profesionalismo.

Al **mall La Frontera, sus visitantes, personal de seguridad y de administración** por abrirme sus puertas, permitirme desarrollar mi trabajo de grado y ser tan cálidos en todo momento que necesité de su ayuda.

A la **Facultad de Ciencias Sociales y Humanas y la Universidad de Antioquia** por ser mi hogar los últimos cinco años y enseñarme tanto de la academia como de la vida.

A **Gino Martelo**, psicoorientador de Bienestar Universitario de la facultad de Ciencias Sociales y Humanas, por el apoyo brindado en uno de los momentos más decisivos y difíciles de mi carrera y de mi vida en general.

A **Daniel y Maximiliano** por su amor tan puro e incondicional que me recargó de vida y energía en cada momento que hizo falta.

A **Jésica Guerra** compañera de antropología por acompañarme hasta el último momento con su voz de aliento y su buena energía siempre que me hacían ver las cosas con más valor y esperanza.

Y a todas las personas que de una forma u otra hicieron parte de este proceso, con un consejo, una recomendación o una charla de esas que te hacen ver con nuevos ojos, unos llenos de vida. Gracias.

*Dedicado a mis hermanos, Samuel y Andrés Camilo*

*Y mis padres Saúl y Ximena, este logro es para uste*

*Esta investigación pretende realizar un aporte sobre la forma en que las personas interactúan en la cotidianidad por medio de su vestir, además de pensar el espacio como un resultado de procesos y construcciones sociales que configuran una percepción de cómo se presenta dicho lugar y los sujetos que lo habitan.*

## RESUMEN

Entendiendo que las interacciones cotidianas son puestas en escena en donde los sujetos actúan y representan roles cotidianos que les son dados durante la interacción, se piensa el vestuario como una herramienta estética y performática de la que se valen los sujetos para darle legitimidad al rol que interpretan, por otra parte también se piensa el espacio como un factor fundamental a la hora de analizar tanto las actuaciones del sujeto como el vestuario que elige para su actuación, por ende se analiza particularmente cómo los sujetos entienden y construyen las percepciones que tienen sobre un lugar determinado.

Partiendo de esta premisa a lo largo del siguiente texto se busca responder a la pregunta ¿Cómo influye el vestuario en la legitimación simbólica de los roles cotidianos, puestos en escena en el mall la frontera de la zona sur de Medellín? La respuesta a esta pregunta dio como resultado la discusión a tres temas principales: la relación entre la legitimación de un rol y el vestuario, la construcción social del espacio y las personas que lo habitan y la relación entre el vestuario, la espacialidad y las ocasiones de uso.

**Palabras clave:** Interaccionismo simbólico, interacciones cotidianas, roles cotidianos, La Frontera, Medellín, vestuario.

**ABSTRACT**

Understanding that everyday interactions are staged where the subjects act and represent daily roles given to them during the interaction, the costumes are thought of as an aesthetic and performative tool that the subjects use to legitimize the role they play, on the other hand, space is also considered as a fundamental factor when analyzing both the performances of the subject and the costumes that he chooses for his performance, therefore, it is particularly analyzed how the subjects understand and construct the perceptions they have about a place determined.

Based on this premise throughout the following text, we seek to answer the question: How does costumes influence the symbolic legitimation of everyday roles staged in the La Frontera mall in the southern zone of Medellín? The answer to this question resulted in the discussion of three main themes: the relationship between the legitimation of a role and the costumes, the social construction of space and the people who inhabit it and the relationship between costumes, spatiality and occasions of use.

**Key words:** Symbolic interactionism, daily interactions, daily roles, La Frontera, Medellín, costumes.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>11</b>
<b>CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>17</b>
<b>1. TRES PILARES: LA INTERACCIÓN COMO ACTUACIÓN, EL VESTUARIO COMO COMUNICACIÓN Y EL ESPACIO SOCIAL.....</b>	<b>20</b>
<b>2. INTERACCIONES Y ACTUACIONES COTIDIANAS.....</b>	<b>21</b>
<b>3. EL ESPACIO SOCIAL.....</b>	<b>26</b>
<b>4. EL VESTUARIO SE LEE ¿QUÉ DICE?.....</b>	<b>29</b>
<b>5. MODA. INFLUENCIA EN EL VESTIR.....</b>	<b>33</b>
<b>6. MODA. DISTINCIÓN Y RELACIÓN DE CLASES.....</b>	<b>37</b>
<b>CAPÍTULO 2: EL CAMPO.....</b>	<b>41</b>
<b>1. MEDELLÍN Y SU DISTRIBUCIÓN.....</b>	<b>41</b>
<b>2. EL POBLADO.....</b>	<b>44</b>
<b>3. LA FRONTERA.....</b>	<b>49</b>
<b>4. EXPERIENCIAS ETNOGRÁFICAS: UN DÍA EN EL MALL LA FRONTERA.....</b>	<b>55</b>
<b>CAPÍTULO 3: RESULTADOS Y TESTIMONIOS.....</b>	<b>71</b>

<b>LOS SUJETOS Y SUS EXPERIENCIAS.....</b>	<b>71</b>
<b>CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES.....</b>	<b>102</b>
<b>1. ROLES PUESTOS EN ESCENA.....</b>	<b>102</b>
<b>2. EL VESTUARIO Y LOS ROLES.....</b>	<b>104</b>
<b>3. ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES SOBRE EL ESPACIO.....</b>	<b>105</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>107</b>
<b>CIBERGRAFÍA.....</b>	<b>110</b>



**TABLA DE CONTENIDO DE IMÁGENES**

<b>IMAGEN 1.....</b>	<b>41</b>
<b>IMAGEN 2.....</b>	<b>42</b>
<b>IMAGEN 3.....</b>	<b>46</b>
<b>IMAGEN 4.....</b>	<b>50</b>
<b>IMAGEN 5.....</b>	<b>51</b>
<b>IMAGEN 6.....</b>	<b>51</b>
<b>IMAGEN 7.....</b>	<b>56</b>
<b>IMAGEN 8.....</b>	<b>57</b>
<b>IMAGEN 9.....</b>	<b>57</b>
<b>IMAGEN 10.....</b>	<b>59</b>
<b>IMAGEN 11.....</b>	<b>61</b>
<b>IMAGEN 12.....</b>	<b>63</b>
<b>IMAGEN 13.....</b>	<b>65</b>
<b>IMAGEN 14.....</b>	<b>65</b>
<b>IMAGEN 15.....</b>	<b>74</b>
<b>IMAGEN 16.....</b>	<b>76</b>

**IMAGEN 17.....82**

## INTRODUCCIÓN

Mi tema interés abarca tres subtemas: el vestuario, la legitimación del rol social y la interacción cotidiana. La pregunta principal es por el vestuario, se analizan las interacciones cotidianas y los roles que se manifiestan en estas relaciones, pero ese análisis es hecho a la luz del vestir como elemento estético y performático del que se vale el sujeto para comunicar y legitimar su rol en las interacciones cotidianas. ¿Por qué problematizar el tema de la ropa de las personas en lugares específicos de las ciudades?

Toda esta inquietud parte de mi propia experiencia con la ropa. Cuando estaba en la mitad de mi pregrado, y había superado los temores y dificultades del haberme trasladado a una ciudad distinta a la mía, más grande, más agitada y donde las estéticas del vestir pueden ser tan dinámicas, me miré al espejo, miré mi closet y empecé a recordar cómo me vestía antes de entrar a la universidad, cómo fue cuando entré, cómo muchas personas pronosticaban que me vería hasta ese punto, cómo me veía realmente, los cambios que había experimentado y lo que había conducido a esos cambios. Esas inquietudes sobre mí misma se tornaron fácilmente en un tema para estudiar desde diferentes materias el vestuario y la moda, resultando en ejercicios que me permitieron ir aproximándome a este universo como un elemento comunicativo de los sujetos, un elemento que dice y se lee como si de un texto se tratara.

Cuando llegó el momento de empezar mi trabajo de grado, sabía que era sobre ese universo que quería investigar, aún sin tener la gran mayoría de cosas claras para la investigación, sabía que el camino era la pregunta por el vestuario en Medellín, referente a nivel nacional en temas de vestuario y moda, tanto desde perspectivas de comercio, como de diseño y estética, siendo así un escenario importante a la hora de analizar el vestuario, acaso ¿Esa imagen de Medellín como

centro de moda podría permear la perspectiva y vivencia del vestuario o entre sus transeúntes? Era una pregunta inquietante, pero pronto fue quedando como un elemento más a tener en cuenta desde un panorama macro del vestir en la ciudad, finalmente esta inquietud pertenece más a una pregunta por el actuar de la moda y no de las elecciones que hacen los sujetos para vestir su cuerpo y comunicar con ello.

Tenía entonces el tema del vestuario en Medellín, pero ¿Qué aspecto del vestuario? ¿En qué parte de Medellín? ¿Qué población específica estudiaría? Eran algunas de las preguntas, para darles respuesta resolví lo que denominé *los no*, todo aquello que no quería que fuera la investigación, ejercicio que me permitió aclarar y delimitar algunos asuntos, principalmente dos: Por un lado destacué y reafirmé que la pregunta iba a ser sobre vestuario y no sobre moda, el vestuario como una herramienta para comunicar y experimentar el mundo, no la mirada de la moda sobre este, en la medida que me interesa el cómo los sujetos pueden cargar de significado y resignificar un símbolo, en este caso una prenda de vestir y para ello es más efectivo preguntarse por el vestir propiamente que por el fenómeno de la moda.

Y por otro lado el tema de la importancia que tendría la cotidianidad de los sujetos para plantear mi pregunta, la cual no se iba a encaminar al vestuario ligado a un momento de práctica ritual, sino, al vestuario en el diario vivir, a esas elecciones de todos los días en la acción de vestir el cuerpo, cómo más se podría observar aquello, sino es en la vida cotidiana de los sujetos, en donde se evidencia la interiorización que hacen los mismos de los valores y percepciones sociales.

Trazaba así mi trabajo desde tres líneas: el vestuario y no la moda como elemento que comunica, el carácter cotidiano de ese vestuario y estos a su vez dentro del contexto de las

personas de Medellín. Pero, seguía faltando delimitar qué lugar concreto de la ciudad y qué, de lo que dice el vestuario, analizaría. Antes de delimitar un escenario de la ciudad, lo cual dejé para el final, precisé que mi análisis se enfocaría en ¿Cómo ese vestuario valida dicho rol actuado por el sujeto en su cotidianidad? Con ello también me preguntaba ¿Qué códigos rigen esa validación de la actuación del sujeto? ¿Habrá tensiones entre los sujetos con esos códigos? ¿Se transforman o son inmutables? ¿Qué otros elementos de la actuación del sujeto acompañan o refuerzan la puesta en escena del sujeto?

Si bien dejé el espacio como último aspecto a definir aclaro que, por el contrario de cómo se pueda pensar, para mí el espacio no es algo ornamental o un mero escenario, es lo que finalmente le da sentido y validez a lo que se pueda decir del vestuario en la legitimación de un rol durante una interacción, puesto que a partir de la construcción de los individuos sobre un espacio, depende su relación y vivencia con el vestuario, dicha construcción le ofrece al sujeto una perspectiva de cómo se ve dicho lugar y cómo él se debe ver y vestir para determinado lugar. Siguiendo esta premisa sobre la importancia del espacio había que pensar en un lugar en el cual se evidenciara, de una manera más explícita, la importancia de la apariencia a la hora de interactuar entre sí y entender el rol de cada sujeto.

Es en esta búsqueda en donde por último llego a fijar la mirada en los mall de la ciudad de Medellín, formatos de centros comerciales pequeños y con un alcance de público a menor escala que la de un gran centro comercial como San Diego, Oviedo, Santa fe, Los Molinos o Puerta del Norte entre otros. Estos pequeños centros comerciales se enfocan principalmente en ofrecer a un público de área residencial servicios a los cuales acceder rápidamente, sin necesidad de permanecer por largos periodos de tiempo adicional al que requiere su diligencia, generando

interacciones entre los sujetos tan cortas y efímeras, que se deja la carga de quién es un sujeto a su apariencia, su vestuario, en medio del desconocimiento mutuo.

Además de esa característica donde el vestuario toma un papel importante, en la medida que permite una lectura rápida de un sujeto en la interacción, estos mall se convierten en escenarios para pensar el vestir desde una óptica de espacio diferente a lo que se ha trabajado en la ciudad y por otra parte permiten advertir algunas respuestas a la forma en que la ciudad genera y distribuye el espacio público, espacios pensados para ser atravesados, delimitados en función de una optimización del tiempo que disponen los sujetos para acceder de un lugar a otro, sin habitar lo que hay en medio.

En el mall La Frontera ubicado en el límite entre Medellín y Envigado como campo de investigación encontré un escenario ideal para plantear todos estos cuestionamientos, siendo un lugar en un sector donde la mayoría de las personas se movilizan en automóviles, para optimizar el tiempo, el desplazamiento y la interacción con un espacio o unos sujetos que está vista de más, ubicado entre arterias viales en constante transformación de movilidad y además con una amplia gama de servicios que favorecen una variedad en el vestuario relacionado a sus ocasiones de uso.

Por ello se convierte en el lugar donde se consolida la pregunta ¿Cómo influye el vestuario en la legitimación simbólica de los roles cotidianos, puestos en escena en el mall la frontera de la zona sur de Medellín?, que intento responder lo largo de cuatro capítulo. El primero corresponde al marco teórico y andamiaje conceptual, partiendo de lo que autores de la corriente del interaccionismo simbólico como Erving Goffman, George Mead, Herbert Blumer, entre otros, exponen entorno a las interacciones entre los sujetos, entendiendo dichas interacciones como actuaciones que realizan los sujetos, ubicando a el vestuario como un objeto por un lado

performático que le permite al sujeto representar la actuación de su rol y por otro un objeto por medio del cual se experimenta el mundo.

Dentro de este primer capítulo también se desarrollan otros conceptos como la construcción social del espacio, corporalidades, moda y distinción. Si bien desde un inicio expresé que la moda no es el foco de interés, sí un ítem que no se puede dejar de lado a la hora de hablar de vestuario en nuestra sociedad en donde muchas veces esa línea entre hablar de vestuario y hablar de moda se vuelve difusa, donde la moda y su consumo ha permeado tanto cada aspecto de nuestra vida cotidiana que pensar el vestuario cotidiano sin los ojos de la moda es impensable, en una academia donde hablar de indumentaria y otras formas de adornar el cuerpo es hablar desde la moda, donde se piensa la moda como un gran factor de distinción y relación de clases y además porque esa ropa que significamos y conformando un vestuario que comunica, es pensado desde el sistema moda.

En el segundo capítulo contextualizo al lector sobre las características y dinámicas que se presentan en el lugar donde se desarrolló la investigación, partiendo desde una mirada sobre la ciudad de Medellín, para posteriormente enfocarme en el mall La Frontera, sus características, dinámicas y las diferentes percepciones que genera en las personas que construyen socialmente ese espacio, producto de experiencias etnográficas, visitas con personas tanto externas a la cotidianidad del mall La Frontera como con usuarios frecuentes.

En el tercer capítulo le presento al lector los resultados y testimonios obtenidos del trabajo de campo. Propongo una ruta de exposición que parte de, presentar los roles que se ponen en escena en el mall la frontera, sigo con el vestuario que desde la perspectiva de las personas entrevistadas caracteriza dichos roles, posterior a ello expongo la relación entre la construcción que se hace de

la zona de la frontera y del mall propiamente con el vestuario que se usa en dicho lugar, por último expongo las experiencias y testimonios que dan cuenta de la construcción que hacen los sujetos de los conceptos de distinción y gusto en el vestuario desde una perspectiva de relación de clases.

En el capítulo final, pongo en discusión mis hallazgos y posibles conclusiones, comprendidas desde tres temas de discusión: la relación entre la legitimación de un rol mediante el vestuario, la construcción social del espacio y las personas que lo habitan y la relación entre el vestuario, espacialidad y los códigos que configuran allí en términos de ocasiones de uso.



## CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO

Este capítulo corresponde a los aspectos teóricos abordados en cada concepto, iniciando con un apartado que presenta los tres pilares fundamentales para empezar: la interacción como actuación, el vestuario como comunicación y el espacio social. En los apartados siguientes se desglosan otros conceptos que intervienen: las interacciones y actuaciones cotidianas, la construcción social del espacio, el vestuario como comunicación, la moda y su influencia en el vestuario y el papel de la moda en los juegos de distinción y relación de clases.

Antes de pensar en cómo el vestuario contribuye a legitimar un rol social durante una interacción cotidiana, hay que preguntarse por la interacción en sí misma, cómo se da, dónde, lo que sucede y para ello el análisis teórico debe partir del interaccionismo simbólico, esta corriente teórica que nace desde intereses de la antropología, microsociología y psicología social en la Escuela de Sociología de Chicago<sup>1</sup>, durante los años treinta, aunque fuertemente nutrida también con la Escuela de Palo alto<sup>2</sup> o “Colegio Invisible”. Planteada y nutrida principalmente por el psicólogo social George Herbert Mead (1863- 1931), aunque Mead no realizó muchas publicaciones, más tarde sus alumnos retomarían sus enseñanzas, entre ellos el sociólogo Herbert Blumer (1900- 1987) quien en 1938 acuñaría el término interaccionismo simbólico.

En el interaccionismo simbólico se pueden hablar de dos grandes generaciones de académicos que nutrieron la teoría, en la primera generación con Mead, Blumer, Colley, Meltzer, entre otros, quienes son influenciados por Georg Simmel, en esta primera generación se

---

<sup>1</sup> Nace en la Universidad de Chicago entre a inicios del siglo XX, con los estudios sobre el campo urbano en la ciudad, uno de sus principales exponentes fue Robert Ezra Park, George Herbert Mead, Herbert Blumer, entre otros.

<sup>2</sup> Nace años más tarde que la Escuela de Chicago, entre los años cuarenta y sesenta, por un interés de la antropología, la psicología, la psicología y otras disciplinas en las teorías de la comunicación, entre sus principales exponentes está Gregory Baetson, George Mead, Erving Goffman, entre otros.

preguntan principalmente por los significados que los sujetos otorgan al mundo de los rodea, los objetos que constituyen y median las experiencias del sujeto con el mundo y la acción que se genera en los individuos durante y después de una interacción social, planteando así las tres premisas bajo las que opera la teoría, expuestas en Blumer (1969): El ser actúa en base al significado que le da a los objetos que constituyen su mundo, dicha significación, de las cosas surge de la interacción con la sociedad y la significación de algo es el proceso de interpretación que hace el sujeto de su entorno y de modifica.

Se constituye la base metodológica, la cual desde Carabaña y Lamo (1978) es atribuida a los aportes de Herbert Blumer, quien descarta la realización de hipótesis sobre la realidad, considerando dicha acción una predisposición y estigmatización al campo, más bien considera una exploración empírica del campo desde la observación y la etnometodología. La segunda generación de académicos del interaccionismo simbólico, es marcada principalmente por los aportes de Erving Goffman (1922- 1982) quien le da primordial importancia a la vida cotidiana de los sujetos y plantea la vida social como un teatro, en donde las interacciones de los sujetos son finalmente actuaciones de los roles que ocupan y para dichas actuaciones se valen de diferentes herramientas que son símbolos en la actuación.

Dentro de esas herramientas que menciona Goffman (1959) que se vale el sujeto para dar énfasis, fuerza o validez a su actuación, se encuentra el vestuario, siendo desde esta perspectiva, un símbolo que hace parte de un código socialmente entendido entre los sujetos mediante el cual se pueden comunicar y que es leído y descifrado en la interacción. Si bien desde el interaccionismo simbólico con Goffman e incluso desde Blumer se advierten algunos elementos que permiten analizar el vestuario y el significado que le carga el sujeto en tanto objeto que hace

parte de su mundo, hay otros autores, otras posturas frente al vestuario y la indumentaria propiamente dichas, que abordarán este tema de manera un poco más concreta frente al vestir.

Dichas posturas habría que pensarlas y dividir las en dos: corrientes y académicos que han estudiado el vestuario como un símbolo parte de un código que comunica y presenta al sujeto ante su medio, desde cercanías con la semiología y el análisis de los símbolos, donde hablamos que el vestuario habla y otras posturas de académicos que hablan del vestuario, la indumentaria y en general la decoración corporal desde el término de moda, como una suerte de términos equivalentes, no necesariamente desde los ojos de las dinámicas del sistema moda, sino que hablar de ropa, incluso sobre sus usos particulares, resignificaciones de los sujetos se convierte en hablar de moda.

Aunque también nos compete hablar de la moda como sistema que produce indumentaria de y genera unas dinámicas particulares, en tanto sistema moda, su influencia en el vestuario cotidiano de los sujetos y su papel relevante para algunos autores clásicos en los juegos de la distinción y las relaciones de clase, desde Pierre Bourdieu y Georg Simmel y en cambio desde Gilles Lipovetsky una ausencia de la moda en estos juegos.

Por último, volviendo a la Escuela de Chicago, no solo retomo el interaccionismo simbólico, sino también uno de sus temas más trabajados y fuertes, el espacio, su distribución en función de la ciudad que se construye, sus dinámicas y especialmente el espacio en tanto construcción social, en donde se piensa el espacio no solo como un mero escenario donde sucede la acción social, sino también algo que la atraviesa, un agente dinámico que es construido a partir de las interacciones de los sujetos y las dinámicas económicas, sociales y políticas de la ciudad.

## **1. TRES PILARES: LA INTERACCIÓN COMO ACTUACIÓN, EL VESTUARIO COMO COMUNICACIÓN Y EL ESPACIO SOCIAL.**

Pensar la interacción como actuación, la vida social como una dramaturgia, entendiendo las interacciones cotidianas como actuaciones de los sujetos actores ante su medio social, cargadas de signos y símbolos que fuera de la interacción permanecerían inadvertidos (Goffman, 1959), permite que podamos hacer un énfasis en la función e influencia del vestuario como uno de estos símbolos a los que recurre el sujeto para desempeñar su actuación y darle legitimidad.

Dentro de la puesta en escena del sujeto en su vida cotidiana, este encarna diferentes papeles, el sujeto actor no desempeña una sola actuación de sí mismo, como miembro de la sociedad ocupa distintos roles, basta con mirar la propia vivencia de la interacción social para dar cuenta que no solo se es: amigo, hijo, hermano o estudiante, si no también padre, madre, trabajador, jefe, subalterno, ciudadano, entre otros, y que cada uno le exige al sujeto una actuación particular, cargada de múltiples códigos sociales y culturales, además de las particularidades que el individuo imprime (Goffman 1959), entre ellas el vestuario, permitiéndole al interlocutor captar e interpretar la actuación del sujeto para poder ser legitimado en determinado rol.

En la medida que el vestuario le permite a un interlocutor del sujeto actor captar o leer la actuación de este, este es analizado como un recurso comunicativo y performático de la actuación cotidiana, que le suma o resta validez a lo que el sujeto expresa en la interacción, porque si la actividad del individuo ha de llegar a ser significativa para otros, debe movilizarla de manera que exprese *durante la interacción* lo que él desea transmitir (Goffman [1959] 1997: 42). Esta movilización es lograda desde el vestuario, siendo un elemento que indudablemente está

presente, enviando un mensaje, desde que inicia la actuación hasta que finaliza, y no solo visto como algo mediado por el fenómeno global de la moda, aunque sí está influenciado por ella.

Por último, el espacio es entendido como algo más que un mero escenario donde sucede la acción, por el contrario es un elemento activo e influyente dentro del desarrollo de la interacción entre los sujetos y su legitimación mediante el vestuario, la relevancia del espacio en este caso particular reside en tres aspectos importantes: el espacio percibido, vivido y construido socialmente a partir de las percepciones de los sujetos que lo habitan, el espacio pensado y construido por y para un formato económico y el espacio legitimado desde el vestuario.

## **2. INTERACCIONES Y ACTUACIONES COTIDIANAS**

Este componente, como he venido diciendo será analizado principalmente a la luz de los postulados de Erving Goffman, George Mead y Herbert Blumer, quienes entienden las interacciones como puestas en escena que son construidas por los sujetos y estas conducen a provocar una acción en ellos y significarla desde su visión particular.

El primer autor, compara la expresión de la vida cotidiana con las puestas en escena y actuaciones del teatro, entendiendo a los sujetos como actores que encarnan un rol determinado, el cual puede ser legitimado o no por su interlocutor o público, esto dependiendo de su actuación, dado que para Goffman los sujetos desempeñan papeles en donde la intención anticipada es que sus observadores creen que posee los atributos que aparenta (1959:12).

Para la óptima representación del rol, se hace uso de medios estéticos y discursivos que ayudan a consolidar una apariencia coherente del sujeto con el papel que interpreta, ante sí

mismo y el público -sus interlocutores-, a esto Goffman denomina como fachada, que si bien es una máscara, “esta es nuestro «sí mismo» más verdadero, el yo que quisiéramos ser” (Goffman, 1959, p. 13), diciendo así que esta fachada es una construcción que el sujeto realiza de sí, en diálogo con los códigos sociales y culturales que se entienden hacen parte de un rol determinado, lo que se espera socialmente de la representación de un rol.

Para Goffman (1959) la fachada la conforman elementos que dan cuenta tanto de la construcción del sujeto, como de la legitimación que esta construcción recibe, tales como insignias de cargo, el vestido, el sexo, la edad, las características raciales, las pautas de lenguaje, las expresiones faciales y corporales (p. 15) siendo de interés en este caso, el recurso del vestuario, como ese medio que consolida la apariencia del sujeto en su actuación.

Otro aspecto a tener en cuenta sobre la definición de una fachada según Goffman (1959) es que esta también puede ser colectiva, en la medida que es institucionalizada, en función de las expectativas estereotipadas a las que da origen (p. 17), si bien sobre cualquier rol existen unas expectativas más o menos estereotipadas, sobre las cuales se puede basar el sujeto para interpretar su rol y que este sea entendido y legitimado como tal, en este punto, la colectivización de la fachada parte de una asociación de pertenencia de los sujetos a una institución o cargo dentro de esta, y la adopción de los valores y códigos que la institución encarna, un ejemplo de ello es la fachada colectiva que conlleva el uso de un uniforme, como el militar, de vigilancia o de un establecimiento comercial.

En cuanto a la posibilidad que tiene la fachada de ser colectiva e institucionalizada, George Mead bajo la influencia de John Dewey, antes que Goffman, habla de las *experiencias compartidas*, planteándolas como el mayor de los bienes humanos; y si del trabajo tedioso que las

personas realizan en común surge un fin social en el que estén interesadas, obtendrán placer al lograr este fin (Mead, 1926), ampliando así la mirada sobre la importancia de analizar la noción de grupo e identificación que se genera en los sujetos.

Por otra parte Mead teoriza sobre tres elementos principales de las interacciones: la acción del sujeto de otorgar significado al mundo, el significado que tiene el mundo para el sujeto en términos de pragmatismo y las estructuras que median las experiencias del sujeto con el mundo, en cuanto al primer elemento que versa sobre la capacidad del sujeto para llenar de significado el mundo que percibe y experimenta, Mead (1926) afirma que “el ser humano vive en un mundo de significado. Lo que observa o escucha refiere a lo que puede o ha de manipular” (Mead, 1926, pp. 382-92), sugiriendo que en la medida que el sujeto otorga significado a una cosa, acción, idea o situación, la está transformando con un fin determinado.

Teniendo en cuenta que llenar de significado algo, es a su vez un proceso de transformación, Mead (1926) explica que la naturaleza del significado de dicho elemento, radica en lo que este pretende generar y lo que finalmente genera en un sujeto, además en el valor práctico que tiene dicho impacto para el sujeto, es decir, la acción que genera en el sujeto que otorga el significado es la clave para entender dicho significado.

El pragmatismo que sugiere el interaccionismo simbólico consiste en que el significado de una acción determinada, es la conducta que esta genera en el sujeto, valorando este significado de forma que “un significado es verdaderamente el de una idea o concepto, si la acción que es ese significado contribuye a la adaptación”. (Carabaña y Lamo, 1978, p. 160), es decir, además de identificar la reacción que tiene lugar en un sujeto después de la interacción se debe indagar de qué manera esta reacción conduce al sujeto a adaptarse a la situación en la que se encuentra.

Lo anterior se convierte en un elemento clave al momento de identificar los significados que puede tener el vestuario y el vestir en la vida cotidiana de los sujetos, en la medida que desde esta proposición teórica “no se trata de la conducta que traduce sino la que produce” (Carabaña, Lamo, 1978, p. 163), es decir, no se lee el significado de un elemento solo desde la estructura psíquica de un sujeto sino que es el resultado de un diálogo entre lo que un sujeto quiere emitir y lo que genera en otro.

Como parte del tercer elemento que expone Mead, están las estructuras mediante las cuales el sujeto experimenta el mundo y configura sus percepciones, estas son principalmente dos: el *otro generalizado* y la *conciencia de sí*, esta última a su vez se subdivide en *Me* y *I*, cada una de estas estructuras están conformadas por un conjunto de actitudes que están en constante diálogo con el sujeto y la estructura social que lo rige.

La primera estructura y la más mencionada por Mead (1972) es la del *otro generalizado*, la cual hace referencia primeramente a la capacidad de los sujetos para adoptar la actitud de otros en tanto se conforma un grupo, implicando asumir las actitudes y los valores que dicho grupo representa, en otras palabras el *otro generalizado* es la organización de las actitudes de todos los otros, normas o modelos de organización más generales y abstractos. Así la persona se convierte en el reflejo de la sociedad global” (Carabaña, Lamo, 1978, p. 165).

Aquí es necesario destacar que esta adopción que hace el sujeto del *otro generalizado* no se da manera consciente, es decir no se adopta o deja de adoptar a disposición, sino que se aloja en lo más interno del sujeto, estando siempre para mediar las acciones de este en la experimentación que hace del mundo, es esa pequeña voz interior que aunque éste se encuentre aparentemente solo, replica la normatividad de la vida en grupo.



Por otra parte, se encuentra la estructura denominada como la *conciencia del sí mismo*, la cual hace referencia a la mediación que se da entre las experiencias del sujeto y su propia percepción o autoimagen, como se mencionó anteriormente, la *conciencia del sí mismo* a su vez se subdivide en dos, siendo conformada por la relación entre una parte de un *otro generalizado* denominada como *Me* y el *I* que viene a ser la reacción del organismo a las actitudes de los otros (Carabaña y Lamo 1978, p.165). El *Me* si bien es parte de una estructura anterior, es específicamente la parte de ella que le permite al sujeto asumirse desde la percepción de los otros sujetos, y el *I* la acción que se genera en el sujeto en la interacción la cual modifica al sujeto (Carabaña, Lamo, 1978).

Ahora soltando a Goffman y Mead, se continúa con los planteamientos de Herbert Blumer, quien pese a compartir el amparo teórico del interaccionismo simbólico, ahonda en otros aspectos relevantes para el interés que aquí convoca, como la posición que toma ante la forma en que se construye la realidad con base a la relación que se establece con los objetos, desde esta perspectiva Blumer (1969) afirma que la construcción de la realidad es guiada en función de los objetos que configuran el mundo del sujeto, siendo de interés en este caso, el vestuario como objeto que le permite al sujeto construir un discurso y una relación con el mundo.

En complemento con su planteamiento anterior, Blumer también va a hablar que en la construcción de esa realidad a partir de la relación con los objetos, se remite a una primera construcción de significado que el sujeto hace sobre el objeto y este significado “es el resultado de las distintas formas en que otras personas actúan hacia ella en relación con esa cosa” (Blumer, 1969; 4), es decir, plantea que la mirada para develar el significado de un objeto hay que ponerla sobre la relación que se da entre los sujetos teniendo como referencia dicho objeto. Para ejemplificar esta posición, se puede plantear que para lograr identificar el significado que tiene un

vestuario para un sujeto, este tiene que ver con la forma en que este se relaciona con el mundo con relación al universo del vestuario.

### 3. EL ESPACIO SOCIAL

*“Nuestra existencia en sí misma es espacial”*

*(Piazzini, 2004 pp. 154)*

Este concepto es abordado y entendido desde los siguientes aspectos; el espacio percibido, vivido y construido socialmente a partir de las percepciones de los sujetos que lo habitan y el espacio pensado y construido por y para un formato económico, desde la perspectiva de David Harvey. El espacio no es de ninguna manera un mero receptáculo que puede ser vaciado de sus condiciones sin que pierda su condición de existencia: el espacio *es* en la medida que se habita, usa y significa (Piazzini, 2004 pp. 154) puesto que este despojado de sus características y construcciones sociales es un punto en el espacio y las interacciones serían entonces meros cruces de sujetos.

Desde Manuel Delgado (2000) el espacio también es concebido como algo construido por las interacciones sociales que engendra y que estas a su vez son influenciadas y condicionadas por las construcciones y percepciones entorno al espacio, dando lugar a imaginarios, conformados por los presupuestos que se hace de la realidad, que hacen parte de un consenso o verdades admitidas socialmente, es una relación en doble vía prácticamente simultánea de construcción y existencia, tanto del espacio como de las interacciones entre los sujetos.

Otro aspecto que vale la pena pensar y poner sobre la mesa es, cómo esas prácticas sociales y los objetos que intervienen en el espacio, fijando un interés particular en el vestuario, no solo construyen una vivencia y experiencia social con el espacio, sino que producen otras espacialidades. Entre objetos y constructos estéticos, las prácticas sociales y las técnicas de espacialización producen nuevas espacialidades; es decir, determinadas formas de disposición, distribución, distanciamiento y relación entre los entes y el espacio (paisajes, territorios, lugares, cuerpos y artefactos)” (Piazzini, 2004 pp. 154)

En este caso también interesa la forma en que es construido el espacio no solo desde el aspecto social con sus interacciones y actuaciones que dan significado al espacio sino también las dinámicas entorno a la construcción material del espacio, es decir el objetivo que motiva a construir el espacio como tal, un espacio comercial que ofrece productos y servicios que podrían suplir necesidades básicas para las personas de la zona.

Desde esta perspectiva David Harvey (2014) habla sobre la producción de espacio que se hace desde el capital y sus ideales, partiendo de lo siguiente: “para que el capital circule libremente en el espacio y en el tiempo hay que crear infraestructuras físicas y entornos construidos que queden inmovilizados en el espacio” (Harvey, 2014 pp. 157) es decir, el modelo económico se encarga de diseñar, construir e impulsar espacios que propendan el comercio de bienes y servicios, como lo es en este caso.

Harvey (2014) habla de dos construcciones donde una hace parte de la otra que es más amplia, estas son la construcción de infraestructura, lugares como tal y por otra parte habla de una construcción de un paisaje geográfico, es decir el capital no solo se encarga de la construcción física de un lugar sino también de su zona, la movilidad y su distribución “El capital

se esfuerza por producir un paisaje geográfico favorable a su propia reproducción y subsiguiente evolución [...] el capital debe adaptarse a ese mundo de perpetua evolución” (Harvey, 2014, pp. 149) garantizando así, no solo su desarrollo sino su subsistencia conforme evolucionan, cambian, mutan las dinámicas sociales, culturales y económicas, acomodando sus servicios a las necesidades que se van vislumbrando en un público determinado.

De la mano de esa idea de evolución y cambio de las dinámicas, en esta sociedad actual se ve cada vez más latente la conflictuada relación entre el tiempo y el espacio dentro de la producción de capital, dado que:

“Para el capital, el tiempo es dinero. Atravesar el espacio cuesta tiempo y dinero. La economía de tiempo y dinero es clave para la rentabilidad, por lo que se asigna una prima a las innovaciones [...] que reducen el coste y el tiempo empleado en el movimiento espacial” (Harvey, 2014, pp. 150)

Es decir, el capital también invierte y construye en el espacio de tal manera que el resultado sea la optimización del tiempo, traducido en una transformación del espacio y la forma en que lo vivimos, ya sea, reduciendo distancias entre un lugar y otro en términos de movilidad de una ciudad (calles, puentes, avenidas), colocando los lugares y espacios de interés físicamente cerca a las personas o por medio de la virtualidad, en donde el espacio virtual suple el espacio físico. Lo que Marx llamaba *la aniquilación del espacio mediante el tiempo* (Harvey, 2014 pp. 150) aunque si bien el espacio no es aniquilado en su estricto censo, sí es enormemente reducido y eso se evidencia en el tiempo que se emplea para recorrerlo y habitarlo de igual manera.

#### 4. EL VESTUARIO SE LEE ¿QUÉ DICE?

*“El vestido es comunicación en el marco de una vida en sociedad en la que todo es comunicación” (Eco 1972 [1992])*

De la acción del vestir particularmente nos interesa cuando esta es consciente, disponiendo el vestuario de una manera específica para un fin o lugar determinado, dado que es relevante dar cuenta de las decisiones que se toman, cómo y porqué, a la hora de vestir y adornar el cuerpo mediante el vestuario, dado que como expone George Mead (1926) es esa relación entre las decisiones e impresiones que generan dichas decisiones en los sujetos las que finalmente dan cuenta del significado que este tiene.

Vestir el cuerpo es una de las tantas acciones que hacen parte de esa preocupación por la apariencia que tenemos los seres humanos, esa preocupación por construir una imagen de nosotros mismos ante los demás, independientemente de la posición o gusto que tengamos frente a la ropa o la intención con la que construimos determinada imagen “prácticamente todos, tanto para afirmar como para negarla, están preocupados por el problema de la apariencia. Tan es así que, en muchos casos, la apariencia resulta ser el principal elemento de choque con la sociedad global”. (Pere. Oriol. 1996; 49 en Peñalosa, 2006)

Más allá de sobreponer un signo sobre el cuerpo, vestir es un verbo reflexivo, que nos indica una práctica social (Enwistle, 2002) implica un conocimiento de reglas y determinado sistema simbólico en el cual se desea ingresar o se está inmerso y se busca permanecer, aunque desde luego, si bien mediante el acto de vestirse se están evidenciando valores de una estructura social,

este también depende de la propia subjetividad del individuo, dado que cada uno le imprime sus particularidades a la apariencia de sí mismo que desea mostrar e impactar.

En esta medida se puede pensar el vestuario como un texto que se puede leer, escrito por quien conscientemente elige un determinado conjunto de prendas para vestir su cuerpo y comunicar algo, siendo dicho mensaje leído durante la interacción, este concepto tiene tres aspectos: como acción consciente y cotidiana, como lenguaje de símbolos que tienen acentos y particularidades y como objeto que se significa y que media con la experiencia de la realidad del sujeto.

Desde la mirada sobre el vestuario como lenguaje, como se manifestó al inicio de este apartado, se parte de la afirmación que el vestuario se escribe y se lee, configura mediante sus elementos una forma de comunicación no verbal, en donde se manifiestan y comunican aspectos del sujeto y del rol que en determinado momento interpreta, esta comunicación puede reforzar y ser un recurso durante una interacción directa, como el único lenguaje o la única forma de interacción que se puede dar entre los sujetos en un escenario como la calle, el espacio público, en donde no hay una comunicación directa con todos los sujetos y con los que no hay dicho contacto directo, el vestuario se convierte la única interacción que se puede dar entre sujetos desconocidos, en la medida que si bien no hay un contacto explícito, el vestuario sigue siendo un elemento de lectura para las otras personas.

Como lo expresaba Manuel delgado “la calle es un terreno dominado por el desconocimiento mutuo y donde los individuos confían en que su aspecto será suficiente para definirlos” (Manuel Delgado, 2000) refiriéndose precisamente a esa interacción indirecta que tenemos con los demás sujetos con los que nos encontramos en nuestra cotidianidad y cómo es nuestra apariencia, en este

caso interesándonos el vestuario, determinante para hacernos una idea unos de otros, al menos desde los aspectos más generales que se pueden advertir, tales como el sexo, la edad y la clase social a la que pertenece por medio de lo que lleva puesto (Lurie, 1994) aunque claro, es de aclarar que, esta comunicación es posible y más óptima en la medida que los sujetos comparten las mismas referencias estéticas, o al menos similares, de cómo se ve alguien perteneciente a un grupo de edad determinado, la expresión del sexo y el género y alguien que pertenece a una u otra clase social.

El uso de determinado vestuario permite la comunicación de ciertas adscripciones estéticas y posiblemente éticas, sin embargo éste puede enviar mensajes ambiguos. El vestuario ha sido explicado como un lenguaje, de este modo la ropa puede ser significativa, pero los significados que expresa pueden ser ambiguos e imprecisos. “Su verdadero poder procede de su capacidad para sugerir, evocar y oponerse a un sentido establecido” (Enwistle. 2002; 90) por lo tanto se convierten en un indicio de identidad.

En tanto elemento de comunicación, el vestuario también constituye una forma de lenguaje y como tal es de precisar los elementos que en tanto lenguaje comprende, como las variaciones que cada individuo imprime sobre su vestuario para diferenciarse de los demás sujetos o dónde se coloca el acento, como ocurre con el habla humana (Schwarz 1976), donde hay un vocabulario y gramática de la que los sujetos parten, para ir construyendo un estilo y acento con el que enfatizan sobre los elementos que le interesan destacar.

Así mismo, como hay particularidades de acento y variaciones que el sujeto le imprime a su vestuario, también hay unas generalidades, reglas gramaticales que rigen la generalidad del vestir, códigos y convenciones, muchos de los cuales son sólidos, intocables, están definidos por

sistemas de sanciones e incentivos capaces de introducir a los usuarios a “hablar de forma gramaticalmente correcta” (Eco 1972 [1992] pp. 221) aunque hay muchas excepciones, pues si bien hay códigos o reglas algo sólidas, como el llevar ropa sobre el cuerpo o las formas que se exigen en un lugar o institución determinada, en el terreno del vestuario aún hay muchas cosas por decir y definir por tanto, estos códigos también suelen ser débiles; en la medida que cambian con cierta rapidez, (gracias al fenómeno cambiante de la moda) por lo que resulta difícil ampliar sus respectivos *diccionarios* y lo más frecuente es que haya que reconstruir el código en el momento, en la situación dada, inferirlo de los propios mensajes” (Eco 1972 [1992] pp. 221)

El vestuario, además de ser pensado en tanto lenguaje y acción, este se destaca como un objeto mediante el cual se construye la realidad del sujeto, en tanto es clave dentro de la construcción que hace el sujeto de su apariencia ante el mundo, en este último aspecto se destaca la importancia de los planteamientos de teóricos del interaccionismo simbólico como Donald Meltzer quien expone:

“Los objetos que constituyen el entorno que el individuo experimenta, están establecidos por las actividades del individuo. En la medida en que esta actividad varía, varía también su entorno; en otras palabras, los objetos cambian con las actividades dirigidas hacia ellos” (Meltzer, 1972; 15 en Carabaña, Lamo, 1978)

Si bien Meltzer habla de la importancia de los objetos y las acciones o actividades realizadas sobre dichos objetos en la vida social de cada individuo en la medida que estos median en la experiencia que lo sujetos tienen con el mundo, Jean Baudrillard habla de la trascendencia de los objetos en la vida social, en tanto los comportamientos que generan tanto en lo sujetos ante los cuales el sujeto actúa, mirada también de Meltzer como en el sujeto actor que emplea el



objeto para su actuación, puesto que este autor dice que “las mercancías generan comportamientos sociales que van más allá de la mecánica de intercambio, que existe una “vida social de las cosas” (Baudrillard 1969[1992]) destacando no solo los objetos en tanto las actividades y acciones ejercidas sobre ellos sino también los comportamientos que generan y su valor simbólico más allá de su funcionalidad.

Este aspecto de trascendencia de los objetos sobre su valor práctico y de intercambio que expone Baudrillard, retoma y pone en evidencia de nuevo un carácter comunicativo y simbólico de los objetos, en este caso del vestuario, puesto que “el objeto pierde hasta tal punto su funcionalidad física y adquiere hasta tal punto valor comunicativo, que se convierte ante todo en un signo y sigue siendo objeto tan solo en segunda instancia” (Eco 1972 [1992] pp. 220)

## 5. MODA. INFLUENCIA EN EL VESTIR

*“[...] Desde diferentes campos y disciplinas de las ciencias sociales como la antropología, sociología, psicología, semiología, entre otras fueron analizando y estudiando el sistema moda como un campo más de lo social y así, corrieron la moda del lugar de un discurso y un comportamiento meramente frívolos, hacia el de objeto cultural de notable complejidad en la sociedad moderna” (Crocì, Vitale, 1992 pp. 10)*

En esta sociedad globalizada y capitalista no se puede hablar y pensar el vestuario de los sujetos en la cotidianidad sin tener en cuenta la moda, dado que el vestuario es también un producto de consumo, el cual es pensado, diseñado, producido y comercializado por el sistema moda y por ende lo influye, le imprime unas características generales de las que parte el sujeto para posteriormente, cuando lo toma del mercado resignificarlo en la construcción de su apariencia en la vida cotidiana, es por ello que se hace necesario dedicarle todo un apartado a la

posición que aquí se tendrá sobre la moda, cómo la academia la ha analizado y de allí partir para analizar la influencia que tiene la moda en ese vestir cotidiano de los sujetos.

De acuerdo a la posición, estudio y definición de la academia sobre la moda, para abordar este tema hay que desde el mismo hecho de considerar el tema y decir la palabra moda, implica una posición discursiva, y es que para hablar de moda se tiene que tener en cuenta que se está hablando de un sistema social de la sociedad occidental, es un fenómeno de occidente y se sitúa en la modernidad y por otra parte la moda encarna ese principio moderno de la infinita y constante obsesión por lo nuevo.

El vestuario como moda es una manera de utilizar elementos, los cuales permiten hacer una personalización de una propuesta estética, si se plantea que la moda es una forma específica de vestir (Enwistle, 2002; 63)

“Abogo por un estudio de la moda y del vestir que analice cómo se relacionan ambos: como la moda estructura la ropa y como la ropa siempre supone la interpretación creativa de la moda por parte de las personas” (Enwistle. 2002; 76)

La mirada sobre la moda se puede dividir en dos grandes perspectivas, una clásica y otra *más reciente*. Desde la perspectiva clásica se puede hablar de un postulado emblema que es: la moda entendida como un elemento para la distinción de los sujetos entre los grupos sociales y una lucha de clases, dentro de esta perspectiva entran académicos como Veblen, Simmel, Mauss, J.C Flugel, Baudrillard, Bourdieu, Benjamín, entre otros, ahondando en este apartado los postulados de Simmel y de Bourdieu, de quienes beben y retoman los demás autores y desde la perspectiva *más reciente* tenemos que el gran aporte que hace al estudio de la moda es la relevancia del sujeto y el placer individual en el consumo de la moda

Para George Simmel la moda es ambigua, puesto que responde tanto a una necesidad de diferenciarse de otros, como a una homogenización estética de los sujetos pertenecientes a un grupo, dicha perspectiva en donde el sujeto busca la igualdad “estriba, en que nos permite actuar de manera adecuada y con sentido aún en los casos en los que no hay nada personal ni creativo por nuestra parte” (Simmel, 1988 [1992] pp.26) aunque si bien la imitación es la que permite al individuo satisfacer su necesidad de apoyo y aceptación social “es la variación de los contenidos, lo que individualiza a la moda” (Simmel, 1988 [1992] pp.26) es decir, por un lado la moda contribuye a la unidad social de un grupo creando modelos que los sujetos están llamados a imitar para pertenecer a un grupo, pero lo que hace que las personas de un mismo grupo por más parecido que se vistan no estén propiamente uniformadas es la rapidez con que la moda produce elementos de vestuario, generando así un amplio panorama del cual los sujetos pueden elegir y significar dichos elementos a su apariencia.

De manera que el sujeto no pretende salir a la calle y encontrar alguien con la misma prenda, pero tampoco ser censurado por que su vestuario sea categorizado como *mal vestido* o dicho en otros términos, no se busca copiar un estilo exactamente, pero sí una aceptación estética proporciona al individuo la seguridad de no encontrarse solo en su actuación.

Este último aspecto de valoración o calificación que socialmente se le da en este caso a un atuendo o vestuario, se relaciona con lo que se plantea desde la academia sobre el gusto con Bourdieu (2002), quien define este aspecto como la “facultad de juzgar los valores estéticos de manera inmediata e intuitiva” (p. 97), esta categoría permitirá dar cuenta de la diferencia entre los sujetos en tanto sus valores estéticos como de la resignificación que cada sujeto hace de lo que la moda le sugiere para diferenciarse y entrar en el ruedo de la valoración y lectura de otro.

Por otra parte Simmel hace parte de ese grupo de autores clásicos que ven la moda como un asunto que habla de la diferenciación entre clases sociales, pues expone que “las modas de la clase alta diferencian de las de la clase inferior y son abandonadas en el momento que esta última empieza a acceder a ellas” (Simmel, 1905 pp. 26) adjudicándole desde esta perspectiva, a la lucha por la distinción entre las clases sociales el carácter rápidamente cambiante de las modas, en esta medida , la moda sería una expresión entre tantas en la que queda manifiesta la lucha de clases, una tendencia hacia la igualación confronta con el espíritu de dominio y diferenciación.

Por último Gilles Lipovetsky define la moda como “un sistema original de regulación y de presión social, sus cambios presentan un carácter apremiante, se acompañan de deber de adopción y de asimilación, se impone más o menos obligatoriamente a un medio social determinado” (Lipovetsky, 1990;42) con esta definición de moda, se podría pensar que los planteamientos de este autor van muy de la mano con lo que propone Simmel, puesto que al igual que Simmel, evidencia que la moda trae consigo un carácter que tiene a la imitación en tanto un grupo social adopta un mismo ideal estético con elementos muy similares que provee la moda.

Pero la gran diferencia y confrontación entre estos autores, porque la hay, una desde sus posturas teóricas, radica en el papel de la moda dentro de los juegos de la distinción social y la relación de clases, puesto que como se expuso antes, Simmel dentro de su definición de moda, le atribuye que es un factor apremiante a la hora de hablar de distinción e incluso de status social, pero por el contrario Lipovetsky critica duramente esta visión, de pensar la moda actual como un indicador de status o que promueve una lucha por la distinción entre las clases sociales, esta crítica se evidencia en el siguiente apartado correspondiente a la distinción y la relación entre clases sociales, allí se expondrá la manera y los argumentos con que Lipovetsky defiende a la moda de los caminos de la distinción.

## 6. MODA. DISTINCIÓN Y RELACIÓN DE CLASES

Independientemente de la postura que tengamos frente al papel del vestuario y la moda como un factor diciente de la distinción y la relación entre las clases sociales, es claro que este es un concepto que no solo es necesario abordar, sino que es obligatorio, en este apartado la relación entre moda, distinción social y relación de clases ofrece dos perspectivas: una clásica que entiende la moda y el vestuario como elementos de distinción, principio que busca el ser humano y elemento clave en la lucha de clases sociales y otra que critica esta perspectiva clásica, en donde la moda no está mediada por un principio de distinción social y menos evidencia una relación entre clases sociales.

Desde la perspectiva clásica tenemos que desde el hombre primitivo el consumo de elementos para adornar el cuerpo, han sido un signo de diferenciación y estatus entre los sujetos, “El hombre primitivo tenía frío y se cubría, es indudable. Pero igualmente indudable es que, al cabo de pocos años de la invención de la primera pelliza, debió surgir la distinción entre los cazadores valientes provistos de pelliza y los otros incapaces, desprovistos de pelliza” (Eco, 1970 [1992]) lo cual nos estaría hablando sobre la relevancia de los objetos y cómo estos son usados y significados por el sujeto dentro de los juegos de la distinción, ofreciéndonos una alternativa a los planteamientos de Georg Simmel, quien habla del sistema moda como tal, como elemento que distingue a los sujetos en términos de clase.

Por otra parte tenemos los planteamientos de Pierre Bourdieu frente al tema de la distinción de los sujetos y las relaciones de clases mediante sus experiencias estéticas con la decoración corporal, donde las posturas y experiencias estéticas que suponen dichas experiencias estéticas que abarca tanto la cosmética corporal como el vestido, constituyen otras tantas ocasiones de

probar o de afirmar la posición ocupada en el espacio social, como categoría que hay que tener o distancia que se debe mantener” (Bourdieu 1988 [1992] pp. 72) Entonces, si bien el vestuario habla e influye en la legitimación de un rol ocupado por un sujeto, este es un fuerte indicador de la distancia o proximidad que se puede tener con un sujeto determinado.

Dentro de estas valoraciones que hacen los sujetos entonces, para marcar distancia, diferenciarse de otros sujetos es importante destacar cómo los sujetos construyen y definen dichos parámetros de valoración estética, ante ello Bourdieu expone que los sujetos en el sentido de Saussure; denominan el valor a la relación de oposición de un elemento con otros dentro de un sistema, de modo que ese elemento se caracteriza por ser lo que otros no son (Bourdieu 1988 [1992]) aquí este sociólogo nos está guiando sobre la importancia de poner especial énfasis en la forma cómo los sujetos describen una categoría, los ejemplos que puede evocar.

Ahora Bourdieu nos va a hablar sobre las características que se establecen sobre la distinción desde una óptica de clases sociales, en donde aquellos sujetos considerados distinguidos tienen el privilegio de no tener que preocuparse por su distinción 1988 [1992] pp. 75), es decir, no tienen una aparente necesidad de entrar en la lucha por demostrar su nivel de distinción o su estatus dentro de una clase social, pues confiar en los mecanismos objetivos que les aseguran las propiedades distintivas y de su sentido de la distinción.

En relación con lo anterior Bourdieu explica que la distinción de las élites sociales son caracterizadas por una ostentación de la discreción y un rechazo de todo lo que es llamativo, pretencioso o extravagante (Bourdieu 1988 [1992] pp. 75), puesto que por el contrario la demostración de esos valores pretenciosos y ansiosos por marcar su status social dentro de una

élite desvaloriza dicha intención de distinción, lo que se comúnmente como personas vulgares, con poca clase que constantemente son denominadas como *nuevos ricos* o *levantados*.

Si bien se ha hablado de que la distinción puede ser marcada y demostrada mediante la ostentación de ciertos objetos y formas estéticas de decoración corporal, y el acceso a un determinado objeto es muestra de una relación clasista, autores como Gilles Lipovetsky se empeña en desenmarcar la moda y su consumo masivo de este análisis exponiendo que:

“El consumo ha dejado de ser una actividad regulada por la búsqueda del reconocimiento social, para desplegarse en vistas al bienestar, la funcionalidad y el placer de sí mismo el consumo responde enteramente a un principio de bienestar, funcionalidad y placer de sí mismo” (Lipovetsky 1990 [1992] pp. 86)

Lipovetsky se resiste a pensar que el consumo masivo esté regido por un principio de diferenciación clasista, criticando arduamente las posiciones teóricas que lo afirman, por el contrario postula que la gran novedad del imperio de las necesidades es una “desosicalización del consumo” una moda articulada a partir de una lógica del placer individual por los objetos del mercado (Lipovetsky 1990 [1992] pp. 89) también cuestiona la idea de que se identifique el consumo de productos masivos de indumentaria y de moda como un productor de valores honoríficos y emblemáticos sociales.

Este académico sobre la moda que el valor del vestuario que ofrece la moda radica en los servicios objetivos y existenciales que ofrecen las cosas, en su *self service*” (Lipovetsky 1990 [1992] pp. 87) de cierta manera, es un factor que se ha añadido al espectro, aunque no desplaza totalmente a la aceptación social y sentido de distinción, pero se considera para someterlo a

análisis a la luz de los datos de campo, puesto que ofrece una mirada interesante sobre los objetos que constituyen el mundo de los sujetos.



## CAPÍTULO 2: UN LUGAR PARA ESTUDIAR

Medellín más que cualquier otra ciudad vive en constante movimiento y transformación, se ha reinventado a través del tiempo, conforme a sus dinámicas sociales, económicas y políticas en cada uno de sus momentos históricos. Se han movido y continúan moviéndose sus élites, sus espacios de gobierno, de comercio, su industria, sus centros urbanos y residenciales, haciendo de esta una ciudad cada vez más fragmentada, dividida en pequeños nichos a los que se confinan los sujetos y por ende una ciudad con múltiples caras, formas de vivirla, de significarla y múltiples formas en las que el sujeto se presenta, y dejando otros terrenos como espacios para ser atravesados constantemente. Esto responde a un modelo de pensar y diseñar la ciudad que busca adaptarla a los sujetos.

### 1. MEDELLÍN Y SU DISTRIBUCIÓN



Medellín es la capital del departamento de Antioquia y la segunda ciudad más importante de Colombia, ubicada entre las cordilleras occidental y central al noroeste del país, por efectos de conurbación, se ha conformado un Área Metropolitana donde encontramos alrededor de diez municipios: Medellín, Barbosa, Girardota, Copacabana, Bello, Envigado, Itagüí, La Estrella, Sabaneta y Caldas. En esta Área Metropolitana habitan alrededor de 3'204.47 personas, de la cuales aproximadamente 2'071.391 son habitantes de Medellín<sup>3</sup>.

Propiamente la ciudad de Medellín se divide en seis zonas: Suroccidental, suroriental, centroccidental, centroriental, noroccidental y nororiental, dichas zonas se dividen a su vez en comunas, las cuales son la reunión de varios barrios. Encontramos un total de dieciséis comunas que son conformadas por doscientos cuarenta y nueve barrios, siendo el barrio El Poblado parte de la comuna 14 ubicada en el sur de la ciudad.

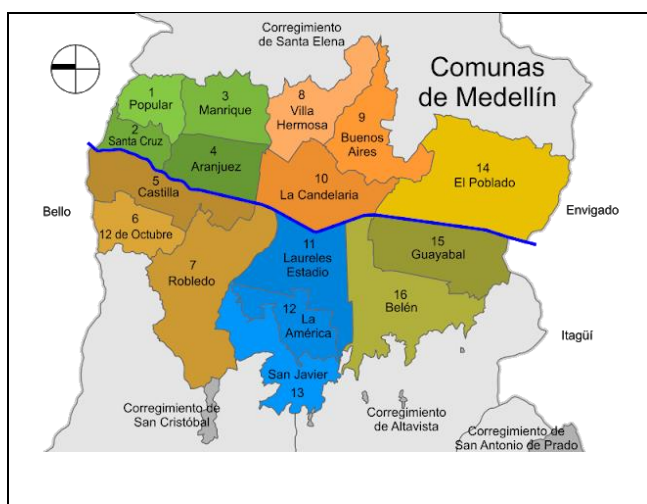


Imagen 2. Ciudad de Medellín con división de las comunas que lo conforman y sus límites con los municipios del Área Metropolitana. Tomado de blog *Medellín te espera*

<sup>3</sup><http://www.metropol.gov.co/institucional/Paginas/Presentacion.aspx>

En cuanto a la organización socioeconómica encontramos una clasificación por estratos, la cual va del uno al seis, siendo el estrato uno el sector más vulnerable o con menor poder adquisitivo y el estrato seis es el que posee un mejor posicionamiento socioeconómico, dicha estratificación trazada sobre un mapa de la ciudad se puede trazar siendo las zonas norte, las zonas de estratos entre 1, 2 y 3 y las zonas del sur de los estratos 4, 5 y 6 considerándose como los estratos más privilegiados y de clase media alta.

Por otra parte en cuanto al transporte, la ciudad cuenta con cuatro sistemas de transporte público: el sistema de buses urbanos, los cuales llegan a toda el área metropolitana, el sistema de taxis, el sistema de bicicletas *Encicla* y el sistema Metro, el cual es el más complejo comprendiendo cuatro medios de transporte integrados a su sistema, dichos medios son: el Metro propiamente, las líneas de buses exclusivos del metro denominados metro plus, el metro cable y el más reciente, el tranvía que hasta el momento cuenta con una sola línea de funcionamiento desde el centro de la ciudad hasta la comuna 8 finalizando en el barrio La Sierra.

Desde la referencia del vestuario y la moda, a nivel nacional la ciudad de Medellín es conocida como *La capital de la moda*, esto gracias a un importante desarrollo de la industria textil en Medellín desde principios del siglo XX cuando nacieron las empresas textiles más importantes que tiene el país, entre las que encontramos: Fabricato fundada en 1934, Tejicondor fundada en 1920, Coltejer fundada en 1905, instalando sus oficinas en el centro de la ciudad en un edificio de 34 pisos y unos de los más altos de la ciudad a mediados del siglo anterior, edificio que con los años se convirtió en un emblema para la ciudad y un punto de referencia importante para sus habitantes y visitantes.

Evidencia de la importancia de la ciudad en el mundo de la moda y la industria textil es el desarrollo de las ferias importantes para el mundo del diseño y la industria textil: Colombiamoda

y Colombiatex, las cuales se han realizado por más de veintiséis años. Estas ferias no solamente atraen a compradores nacionales sino internacionales y es una buena oportunidad para que las marcas nacionales muestren sus productos y se cierren importantes negocios.

Medellín se ha caracterizado a nivel nacional por poseer una economía destacada y un desarrollo industrial creciente, distinguiéndose por la producción manufacturera y un amplio comercio. A comienzos del siglo XX la economía de Medellín experimentó una fase de ascenso debido a la participación activa de la industria local en el mercado mundial, donde todas las fuerzas se concentraron en la exportación hacia Europa. La ciudad se destacó por su industria textil cuyo sector presentó un crecimiento económico desde 1970 generando una mejor calidad de vida a nivel colectivo, pero sin solucionar los problemas de distribución y concentración de la riqueza (Escobar, 1986 en Oquendo, Gómez 2013).

Si bien en la década de los setenta se dio ese gran auge de la industria textil gracias a sus proyecciones de desarrollo en la exportación, fue en esta misma década a mediados, que se dio una gran crisis económica, puesto que toda esa proyección de exportación para potencializar el crecimiento que ya estaba teniendo la industria textil se vio altamente afectada por la crisis petrolera y el cierre parcial de los mercados internacionales (Sánchez, 2007 en Oquendo, Gómez 2013) dicha crisis según Oquendo y Gómez (2013) se convierte en el origen y causa de muchos de los problemas económicos de la ciudad en los años siguientes, entre ellos el surgimiento de una creciente y próspera economía ilegal, significando con ello la aparición de una élite emergente que entró a competir con las élites tradicionales por el dominio económico y una aceptación dentro de sus dinámicas de élite.

Con lo anterior se viene también un proceso de urbanización complejo, con nuevos habitantes que inmigraban en busca de un espacio en la ciudad y la incapacidad de los sectores

dominantes para acogerlos tanto en el campo económico y comercial como en el social y cultural. Este contexto influyó y marcó un parte aguas para la élite de Medellín, dando lugar a una expansión urbanística en las zonas privilegiadas de la ciudad, nuevos centros urbanísticos, zonas residenciales y puntos comerciales que respondieran a necesidades de estas zonas residenciales, además a una disputa por la distinción entre estas élites, estas disputas dentro de sus muchos aspectos fue también una disputa estética, en donde las nuevas élites que emergían se esmeraban por encajar en los círculos y espacios sociales de las élites tradicionales y demostrar desde su ostentosa indumentaria que su poder adquisitivo era alto y las élites tradicionales censuraban socialmente estas dinámicas.

## **2. EL POBLADO**

El poblado se ubica en la parte sur-oriental de Medellín, limitando con el municipio de Envigado, este barrio se caracteriza por además de ser una zona residencial, igualmente se presume como uno de los lugares más cosmopolita, modernos y vigentes que tiene la ciudad, en él le dieron la bienvenida a la nueva arquitectura modernista, además esta comuna se caracteriza por ser una de las que alberga entre su ondulado relieve a las familias más acaudaladas y prestantes de la ciudad.

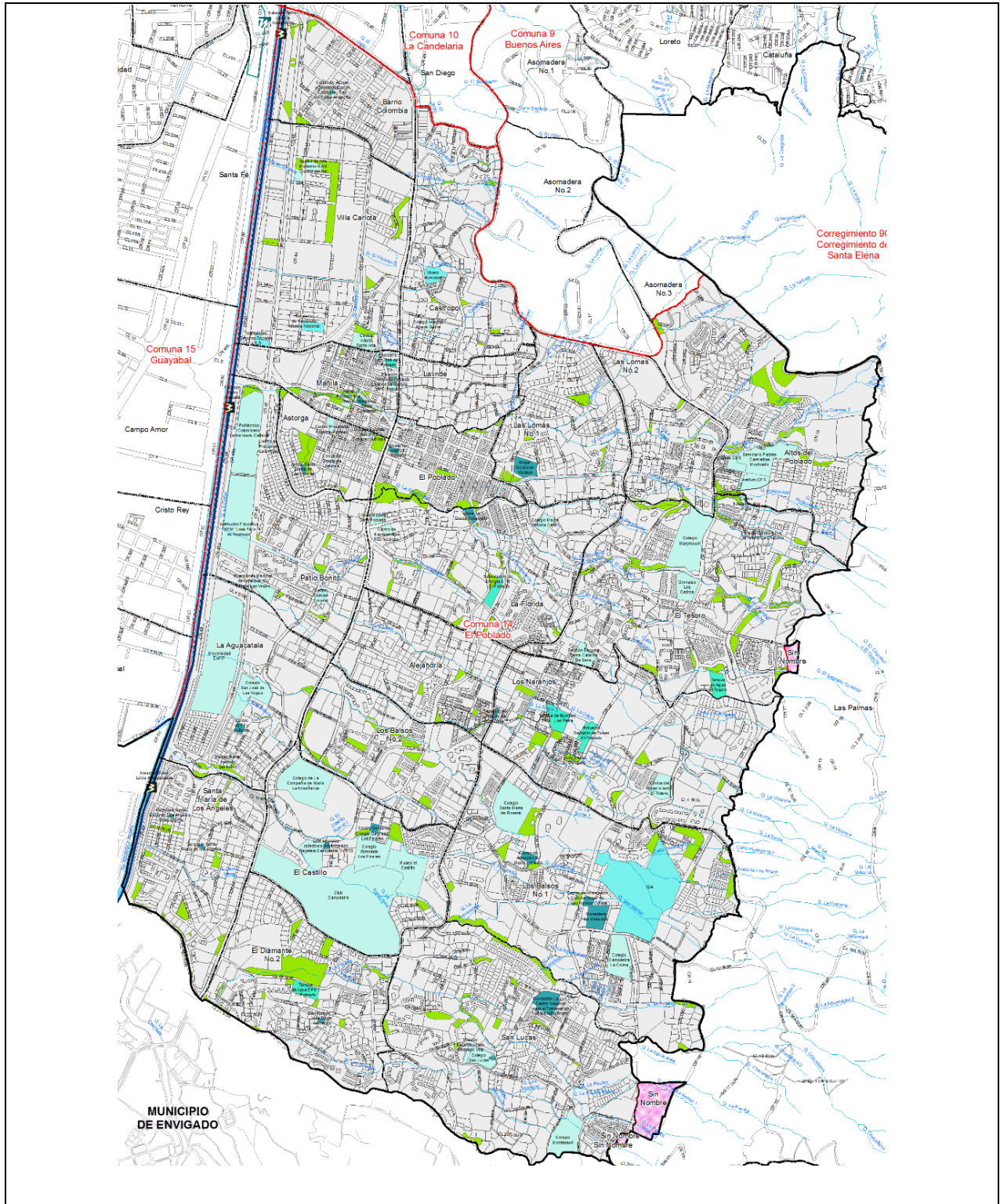


Imagen 3. Mapa de la división político administrativa de la comuna 14 de Medellín El Poblado. Tomado de página web de Alcaldía de Medellín.

Los mayordomos de las fincas de El Poblado vieron como sus esporádicos patrones se convirtieron en parte de su cotidianidad y poco a poco esta zona fue viendo como llegaban sus nuevos pobladores. Fue, entonces en 1943 que un vecino del sector dona parte de sus tierras para la construcción de la Iglesia de San José, iglesia que aún se mantiene en pie y es donde se viene a construir años más tarde el actual parque de El Poblado (Peralta. 2001: 28), que algunos pobladores tradicionales de este sector conocen como parque *Fundadores*.

A los alrededores de dicha iglesia empezaron a llegar los pobladores que fue el primer intento de urbanización que se vio en el sector. Entre otros llegó en la década de 1870 las primeras generaciones de la familia Saldarriaga (Peralta; 2001: 31), cuyos descendientes hasta hace muy poco aún habitaban la misma casa de sus antecesores (la parte de enfrente de la iglesia al costado izquierdo), en donde actualmente funciona un establecimiento comercial llamado Salsamentaria Saldarriaga.

De esta manera se presentó la primera oleada migratoria hacia esta comuna, y fue así como lo que se conocía como *Poblado histórico*, el cual, en un principio estaba instalado en la parte aledaña al río, fue trasladado al sector en donde se encuentra la iglesia San José (Peralta; 2001:26), o sea, el actual barrio El Poblado.

Esta comuna ha tenido un constante crecimiento desde que se construyó la iglesia. Poco a poco sus nuevos pobladores tenían una razón para llegar a esta zona, pero era innegable que una de las razones que más inspiraba era el estatus que proporcionaba a sus habitantes “se transforma así, radicalmente el paisaje natural y humano de la zona; transformación complementada por la creación del primer barrio residencial en la acepción moderna del término: El Lleras” (Peralta; 2001: 43).

Se ve entonces, como en un principio estos linderos eran habitados por familias con riquezas tradicionales y heredadas, años más tarde, sus habitantes son familias cuyos padres resultan ser los primeros profesionales, hombres y mujeres que tuvo la ciudad, aparte de empresarios y comerciantes, que empezaron a llegar, pero a partir de finales de los setenta y durante la década de 1980 la comuna recibe una nueva oleada de sujetos acaudalados pertenecientes a una nueva élite, una *clase emergente*, la cual surge con el contrabando y el narcotráfico, a lo que muchos de los habitantes tradicionales responden con la migración a otras comunas como Laureles-estadio u otros municipios del área metropolitana. Así fueron llegando uno a uno todas aquellas personas que pudieran acceder económicamente por una propiedad en este exclusivo sector, al punto de ser la única comuna que cuenta entre sus barrios con un porcentaje importante de sus habitantes pertenecientes a estratos cinco y seis.

Sin embargo la residencia no fue el único uso que se le dio a la comuna, adicionalmente, se fueron instalando de forma paulatina, corporaciones, oficinas y comercio.

“En 1989 había 24 barrios registrados ante plantación metropolitana. En uno predominaba la actividad económica y/o industrial (4%), 15 pertenecían a estrato seis o alto (63%), cinco al medio alto estrato cinco (21%) y tres barrios, un 12% del total de la zona, correspondían al estrato 3 o medio/bajo. Desde aquel entonces se hizo evidente que este lugar se estaba convirtiendo en un refugio de los sectores de mayor poder adquisitivo”. (Peralta; 2001: 153).

Por todo lo anterior y por la cantidad de visitantes que fue recibiendo El Poblado, se pueden ver algunos problemas. Específicamente el de movilidad, esta comuna no estaba preparada para su crecimiento y en algunos casos las calles no dan abasto con la afluencia de automóviles que a

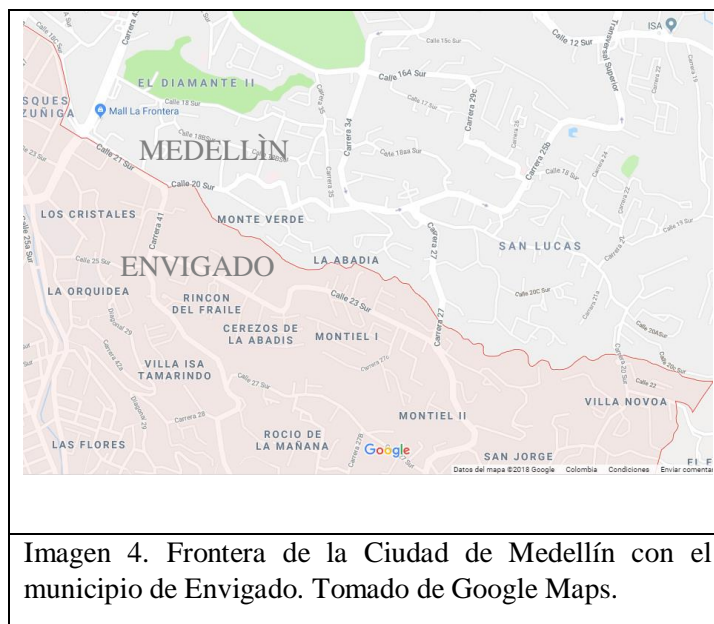


diario transitan por el sector “los intercambios viales al interior de la zona y hacia otros lugares de la ciudad han llevado a unos índices asfixiantes para el tráfico vehicular propio, que para estratos altos se señala en un 90% de vehículos privados” (Naranjo; 1992: 247).

Gracias a las diferentes condiciones de seguridad y convivencia ciudadana se ratifica que la comuna de El Poblado continua siendo un lugar elegante y poderoso. No es un sector que recuerde nostálgicamente sus momentos de esplendor, porque muy posiblemente El Poblado no ha dejado de brillar.

### **3. LA FRONTERA**

Ahora ya habiendo hablado de la zona de El poblado, nos enfocaremos en el área conocida como La Frontera, denominada de esta manera por encontrarse ubicada en el límite de la ciudad de Medellín con el municipio de Envigado, resultado del gran crecimiento urbanístico de la comuna 14, esta zona es caracterizada por ser principalmente una zona residencial tanto para la parte de Medellín como para Envigado, aunque también es considerada una zona con importantes puntos comerciales, que responden a necesidades básicas de las personas que residen en los barrios que conforman La Frontera.



Entre dichos puntos comerciales se encuentran, supermercados de cadena como Carulla ubicado en el mall Sao Paulo Plaza (frente al mall la frontera sobre la avenida El Poblado Cra. 43A No. 18 Sur 135 La Frontera), El Euro correspondiente a la jurisdicción de Envigado y los diferentes servicios encontrados en el mall La Frontera.

La Frontera mall, es un pequeño centro comercial de la ciudad de Medellín, ubicado en la dirección Cra. 43 A No. 18 sur 174 de la comuna 14, El Poblado, zona de la ciudad que como se expuso en apartados anteriores es entendida como una zona habitada por estratos altos y en donde las élites se han sentado social y económicamente desde mediados del siglo pasado. El característico nombre de este lugar proviene por estar situado en el límite que divide la zona urbana del municipio de Medellín y el municipio de Envigado.

	
<p>Imagen 5. Ubicación geográfica de Mall La Frontera, Google Maps.</p>	<p>Imagen 6. Entrada principal de Mall La frontera. Tomado de página de Facebook del mall La Frontera.</p>

Debido a que es un lugar referente en el sector por estar situado en La Frontera con el municipio de Envigado y cerca de avenidas principales y de alto flujo vehicular para el sector, posee múltiples formas de llegada y acceso tanto en transporte privado como público. Sus vías de acceso son: la avenida El Poblado en sentido sur-norte o norte-sur tomando el retorno del centro comercial Sao Paulo Plaza ubicado al frente del mall La Frontera, la avenida Las Vegas en sentido norte-sur, tomando la Calle 25 Sur subiendo por la vía paralela a la quebrada La Ayurá y tomando la Avenida El Poblado en sentido sur-norte y la Calle 20 Sur bajando por la loma de La Frontera, desde la Transversal Inferior, tomando la glorieta virtual del sector La Abadía continuando el recorrido por la Calle 21Sur hasta llegar a la avenida El Poblado.

Otra forma de acceso al mall La Frontera es el en transporte público, bien sea en metro, llegando hasta la estación Ayurá y caminando alrededor de 15 minutos por la Calle 25a Sur hasta la avenida Las Vegas, de allí continuar sobre esta avenida hasta la Calle 18c Sur, doblar y

continuar hasta llegar a la avenida El Poblado o tomar un servicio de bus integrado de Envigado o Sabaneta, desde esta estación el cual tiene parada sobre la calle 21 sur situada al lado derecho del mall. También tomando cualquiera de las siguientes rutas de transporte público de la ciudad: Envigado, Sabaneta, Rosellón y Señorial, las cuales tienen su parada sobre la avenida El Poblado en sentido sur-norte, o al frente del supermercado El Euro también sobre la avenida El Poblado pero en sentido norte-sur.

La zona que rodea este espacio comercial está caracterizada por ser una zona residencial, conformada en su mayoría por diferentes conjuntos de apartamentos, algunas casas y lugares de comercio, los cuales están ubicados a lo largo de la avenida El Poblado (Cra. 43A), sobre la que se encuentra el mismo mall La Frontera, las zonas residenciales más próximas a este lugar son El Poblado de Medellín y de Envigado los sectores Zúñiga y Las Lomas.

En el costado derecho cruzando la calle 21 sur se encuentra el supermercado El Euro, el cual hace parte del municipio de Envigado, en el frente del mall se encuentra el mall Sao Paulo Plaza y una agencia de viajes en donde hay oficinas de distintas líneas aéreas, a su lado izquierdo está la estación de gasolina Zeus sucursal El campestre, que recibe su nombre en vista que a cinco calles de allí, en la calle 16A sur, se encuentra el Club Campestre de Medellín, y en su parte trasera conjuntos cerrados de apartamentos y el parque ambiental La frontera en la calle 18 Sur.

El mall La Frontera cuenta con tres pisos comerciales y un nivel subterráneo, en donde opera la administración, en los tres pisos se ubican veinticuatro establecimientos donde se prestan cuatro tipos de servicios: financieros, comerciales, ejecutivos y de comidas.

Los servicios financieros son prestados por tres reconocidos bancos; *Bancolombia*, *Davivienda* y *BBVA*, además de la empresa *Surcambios* de cambio de divisas. Entre las entidades

comerciales -entendidas como las que ofrecen bienes y productos- que operan en el mall La Frontera se encuentra, *Viajes Veracruz* una agencia de asesoría de viajes nacionales e internacionales, la librería *Minuto de Dios*, y otros locales que se pueden categorizar en servicios de salud y belleza.

Como prestadores de los servicios de salud y belleza se encuentran tres peluquerías, un establecimiento de depilación definitiva con láser, un centro de bronceado y rejuvenecimiento, una miscelánea especializada en artículos de papelería y accesorios femeninos, una variada droguería en donde también se pueden encontrar productos de maquillaje y especializados en el cuidado de la piel y por último el gimnasio *SIETE The Place* el cual ocupa todo el tercer piso del mall. Hago especial énfasis en estos establecimientos ya que por la naturaleza de los servicios que prestan llaman el interés de la investigación en cuanto a que van de la mano con los juegos de la apariencia que pueden complementar la acción de vestir y adornar el cuerpo.

En servicios ejecutivos hay allí tres diferentes empresas, *Allianz S.A* aseguradora para empresas y personas naturales; *Rentamos* una empresa inmobiliaria dedicada a los negocios de compra, venta e hipoteca de finca raíz, y la empresa de tecnología *Ilimitada S.A.S*, dedicada principalmente a empresas con apoyo técnico y venta de software. La ubicación de estas empresas puede dar cuenta de que el sector además de ser residencial también es un sector que da cabida a la consolidación empresarial.

Por último están los servicios de comida, los cuales pueden ser agrupados en materias primas, restaurantes y pastelerías. Entre los servicios de comercialización de alimentos que son materia prima se encuentran la carnicería gourmet *Casablanca*, especializada en la fabricación y venta de productos y subproductos cárnicos, además de otros artículos artesanales como vinos y

quesos, también se encuentra la charcutería *Bodegón de La Frontera*, un pequeño mercado especializado en condimentos alimenticios, dulces y productos principalmente importados.

Los restaurantes que se pueden encontrar son una sucursal de la franquicia de comidas rápidas *Presto* y el restaurante *El Almuerzo* especializado en la venta de desayunos y almuerzos de comida casera, este restaurante ofrece a su público un menú diario y algunos productos de venta de todos los días. Finalmente el mall cuenta con los servicios de dos reconocidas pastelerías *Santa Elena* y *De Lolita*, las cuales son generalmente habitadas para reuniones de amigos y otras de negocios, siendo dos lugares en los que pese a ser especializados en una línea de productos, tienen gran versatilidad en cuanto a la función social que pueden suplir, es decir en comparación con los bancos, empresas o establecimientos de belleza, donde se va a hacer algo específico, estos lugares pueden ser la escena de una cita de trabajo o un café entre amigos.

Lo particular de este tipo de lugares es que están pensados y condicionados para los encuentros efímeros entre los sujetos, sin permitirles habitar el espacio por más tiempo del que requiere el acceso a un servicio específico, puesto que allí se pretende suplir necesidades inmediatas de las personas que residen en el área de influencia del mall y lo que se busca es que las personas estén en constante movimiento, entrando y saliendo del lugar, para así dar espacio a otra persona que también necesita acceder a un servicio de manera rápida e irse.

Estas dinámicas hacen que el sujeto viva y conciba una ciudad fragmentada y dividida, en donde son los diferentes espacios de la ciudad los que se mueven y adaptan a los movimientos de los sujetos y no al contrario, que los sujetos se muevan y adapten de acuerdo a los espacios y la movilidad de la ciudad, creando entonces así pequeños centros de servicios en cada área o sector de la ciudad con un alcance de público limitado a su área de influencia.

#### 4. EXPERIENCIAS ETNOGRÁFICAS: UN DÍA EN EL MALL LA FRONTERA.

A continuación, encontraremos una narración sobre lo que ocurre un día cualquiera entre semana de lunes a viernes, cuando hay más afluencia de personas tanto en el mall como en la zona de La Frontera, dicha narración no obedece a un día en particular, por el contrario, es el resultado de un ejercicio de reconstrucción a partir de los apuntes de diario de campo.

##### **6:00 a.m.**

La avenida El Poblado ya se encuentra con bastante flujo vehicular, buses de transporte público y carros particulares empiezan a congestionar esta arteria vial, transportando a quienes salen a trabajar o estudiar, otras personas van caminando, la mayoría toman la Calle 18c Sur en dirección a la estación de metro Ayurá, también se ven personas con sus mascotas caminando o haciendo deporte, unos van por los andenes de la avenida El Poblado y otros suben por la Calle 21 Sur.

Desde esta hora, tanto el supermercado *El Euro*, sucursal Envigado, como el mall La Frontera con su droguería *La Garantía* abierta las 24 horas reciben el nuevo día. Por el contrario, Sao Paulo Plaza y el supermercado *Carulla* se encuentran aún cerrados al público. El mall La Frontera recibe sus primeros visitantes y algunos trabajadores, entre los visitantes en su mayoría mujeres en trajes deportivos, pantalones en lycra, tenis, camisetas en algodón o tops deportivos en lycra, entre los colores de sus prendas es constante el negro, blanco y el contraste con tonos fosforescentes, en dirección al gimnasio *SIETE The Place* ubicado en el tercer piso (local 301), el cual se encuentra abierto al público desde las 5:00 a.m., ofreciendo sus servicios de entrenamiento guiado cada hora hasta las 10:00 p.m. de lunes a jueves o hasta las 8:00 p.m. los viernes.

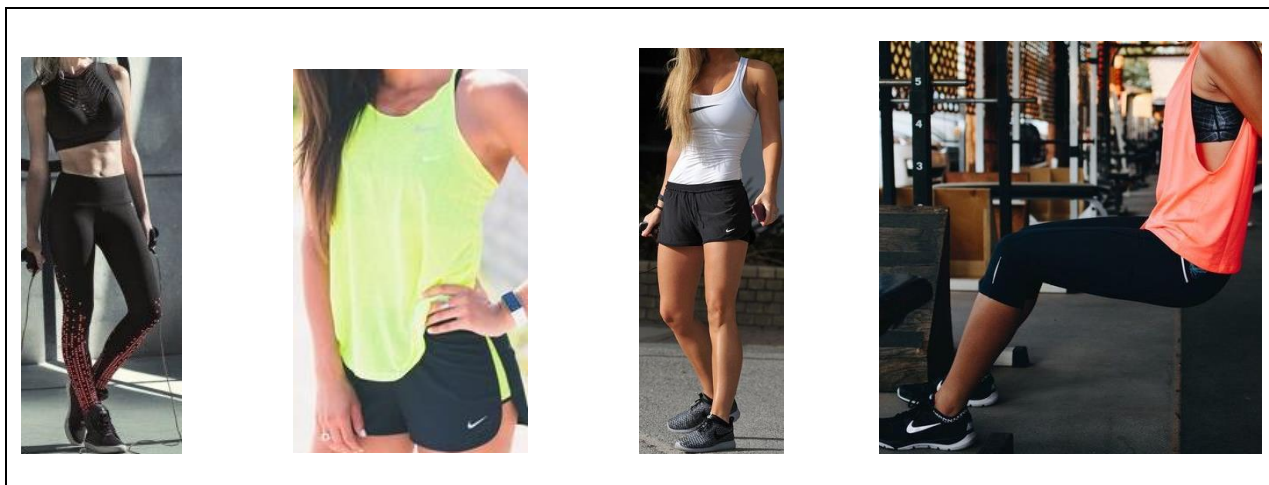


Imagen 7. Referencia del vestuario usado por las asistentes al gimnasio. Referencias tomadas de Pinterest<sup>4</sup>.

Entre los trabajadores y trabajadoras que llegan y empiezan a abrir al público los respectivos locales, llegan las personas de los salones de belleza *Pragaty* del primer piso (local 107) y *Oye Bonita* del segundo piso (local 240) que abren sus puertas al público desde esta hora hasta las 8:00 p.m. Se reconoce el lugar donde trabajan por el uniforme que portan, donde quienes trabajan en *Pragaty* llevan un uniforme que consta de una sudadera en tela impermeable negro, un chaleco igualmente negro con una camiseta blanca de algodón y las trabajadoras de *Oye Bonita* con un uniforme en tela impermeable azul oscuro.

También llegan y se dirigen al área administrativa ubicada en el sótano del mall la administradora y su secretaria, ellas no portan uniforme ni distintivo alusivo al mall, o al cargo que ocupan dentro del mismo, lo que sí es característico de su vestuario es un aire formal, comparado con el resto de sujetos dentro del mall. La secretaria va con un jean negro ajustado a su figura, zapatos tipo baletas color café y una camisa blanca de botones, que aporta esa

<sup>4</sup> plataforma para compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, hobbies, moda y mucho más.



impresión de formalidad, por otra parte la administradora lleva un pantalón de tela de dril café claro, una camisa manga larga de botones color rojo, y unos zapatos cubiertos igualmente rojos con tacón café oscuro, ambas llevan al cabello liso y planchado con maquillaje suave.

	
<p>Imagen 8. Reconstrucción del vestuario descrito de la administradora del mall a partir de una búsqueda en la red social Pinterest.</p>	<p>Imagen 9. Reconstrucción del vestuario descrito de la secretaria del mall a partir de una búsqueda en la red social Pinterest.</p>

El reloj marca las 6:30 de la mañana y otros locales son abiertos al público, entre ellos el salón de belleza *Color Show* en el primer piso (local 109B) y el centro de bronceado *Beach Color* ubicado en el Segundo piso (local 220), y así transcurren los minutos, con el mall despertando y abriendo sus puertas, mientras tanto el flujo de personas que van o vienen del metro por la Calle 18c Sur, aumenta.

**8:00 a.m.**

Un 90% de los locales del mall La Frontera están totalmente abiertos a su público, con excepción de *Depilarte*, centro estético de depilación láser y definitiva (local 212), *Pelukids*, salón de belleza especializado en peinados para niñas y niños (local 216) y *Presto*, franquicia de comida rápida (local 238). Los tres son locales del segundo piso, el cual es menos concurrido que el primero, más estable comercialmente, en la medida que hay mayor afluencia de personas realizando sus actividades comerciales, permitiendo así que los establecimientos de este primer piso permanezcan en el tiempo, a diferencia del segundo piso, en donde como no es tan concurrido y los establecimientos se ven afectados, haciendo que sus locales permanezcan más tiempo desocupados.

En cuanto al abundante flujo de personas que horas antes transitaban la Calle 18c Sur ahora está disminuido a prácticamente nadie, eventualmente una que otra persona caminando o paseando una mascota, pero por lo general a esta hora casi no se ven personas caminando por los alrededores del mall, más bien personas tomando transporte público en los paraderos y vehículos particulares.

A esta hora el parqueadero externo se empieza a llenar rápidamente, aunque son vehículos que no están allí por mucho tiempo. Continuamente está cambiando tanto la cantidad como los vehículos que se encuentran en dicho parqueadero, debido a que tanto el mall es un lugar donde las personas tan pronto realizan la diligencia o compra por la que llegaron, abandonan el lugar, como a que por su facilidad y rapidez de acceso este parqueadero suele ser utilizado por personas que no necesariamente entran al mall La Frontera sino que necesitan ir a Sao Paulo o *El Euro* y dejan su vehículo en el mall. Es de aclarar que cuando esto sucede a la vista de los guardias, y es

confirmada por el sistema de seguridad, se le informa y solicita a a las personas que eso no está permitido puesto que el parqueadero es exclusivo para los clientes del mall.



Imagen 10. Parqueadero externo del mall La Frontera 8:15 a.m. Fuente, elaboración propia.

Se dan los primeros encuentros de la mañana en *De Lolita*, parecen ser encuentros laborales y citas de negocios, donde los visitantes que están allí van vestidos en el caso de los hombres con saco tipo blazer, pantalones en telas de dril, lino y otras telas rígidas y en tonos neutros como gris, blanco, café o negro y sin corbata, y en el caso de las mujeres, camisas de botones tanto managa larga como manga corta, pantalones o faldas hasta la rodilla en telas rígidas, consideradas prendas pertenecientes al universo formal del vestuario y elegantes, también llevan algunos computadores portátiles y tablets que parecen servir de apoyo en dichas reuniones.

Los bancos también están abiertos y ya se empiezan a llenar de personas haciendo fila para realizar sus diligencias, en especial el banco *Davivienda*, seguido por *Bancolombia* y por último el banco *BBVA* que es el que menos afluencia de clientes tiene. La forma de vestir de quienes hacen la fila en los bancos no es marcada por prendas en particular, mas bien por un aire de informalidad y comodidad que suscitan prendas, de algodón, jeans, tenis, incluso algunos están en ropa deportiva, por el contrario los funcionarios bancarios quienes visten con pantalones en

dril, camisas de botones y las mujeres con zapatos de tacón, además de un carnet con los datos del funcionario y el nombre del banco, dichas prendas implican además de formalidad, que los sujetos adopten una corporalidad rígida, seria, en pro de entrar en su actuación donde no solo son sujetos que actúan y se resentan a sí mismos sino que son sujetos que representan la imagen de una entidad. En el caso de los funcionarios de *Davivienda* se les ve uniformados, pues todos portan camisas de botones blancas o azul claro y pantalón negro, a diferencia de los funcionarios de los otros bancos, donde si bien cuentan con un código de vestuario estricto que puede llegar a dar la impresión de uniformidad, no son las mismas prendas.

### **9:00 a.m.**

Se abre al público *Depilarte*, centro estético de depilación láser y definitiva ubicado en el segundo piso, atendido por dos mujeres de aproximadamente 27 años, quienes portan un uniforme compuesto por una sudadera y una camisa con manga corta en tela impermeable verde oscuro con el logo del establecimiento en letras verdes claro en el lado izquierdo de la camisa a la altura del pecho.

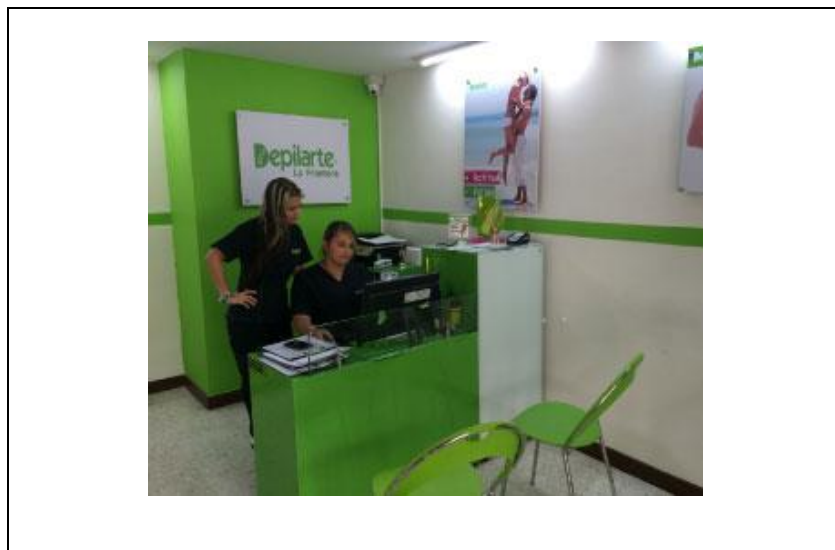


Imagen 11. Uniforme de trabajadoras del centro estético de depilación láser y definitiva Depilarte. Fuente, elaboración personal.

Este uniforme constituye una imagen corporativa, que busca unificar y consolidar la imagen que el visitante o cliente tendrá finalmente del centro estético, más que un asunto de profesionalización de quienes atienden, el uso de la uniformidad se vuelve un asunto de identidad colectiva de los sujetos que lo portan y un elemento que le permite a un visitante identificar a quienes trabajan allí.

La mañana sigue transcurriendo con el tráfico de la avenida el Poblado, el sol es cada vez más intenso y pareciera que el tiempo corriera más rápido a causa del constante tránsito de personas por el mall y vehículos en su parqueadero externo.

En este momento de la mañana los salones de belleza empiezan a estar más concurridos, aunque son los bancos quienes están concentrando la mayor cantidad de personas, personas que una vez salen del banco se dirigen a sus vehículos o al paradero de buses, según sea el caso, no se quedan a dar vueltas u observar los demás servicios que ofrece el mall y las personas que eventualmente transitan los pasillos es para atravesarlos.

**10:00 a.m.**

*Pelukids* abre al público siendo las 10:00 de la mañana, quien atiende es una mujer de aproximadamente 30 años que viste pantalón y zapatos negros y una camisa azul claro manga corta en tela impermeable, es su uniforme que la identifica como estilista de este salón de belleza infantil y la valida en este rol, pues dentro del contexto del mall donde los trabajadores de cada establecimiento portan un uniforme claramente establecido y alusivo al lugar donde trabajan, sería contrario al código de vestuario y apariencia de los trabajadores de los establecimientos del mall, si en lugar de portar un uniforme, llevara su ropa cotidiana, se entendería para lo demás sujetos en el mall que está ocupando un rol de visitante o cliente más y no el de trabajadora del lugar.

El Segundo piso ha permanecido con muy poco tránsito de visitantes y clientes en comparación con el primer piso, esporádicamente algunas personas que entran al salón de belleza *Oye Bonita*, el vigilante que realiza una ronda cada 20 o 30 minutos, algunas personas vestidas con trajes de oficina entran y salen un par de veces de *Ilimitada* empresa de software ubicada en el segundo piso en la esquina derecha del mall, por otra parte una de las doce mesas dispuestas en el lado izquierdo de las escaleras del segundo piso se encuentra ocupada desde hace media hora por dos mujeres, el resto de personas transitan por allí, son visitantes que se dirigen al tercer piso, el gimnasio.



Imagen 12. Uniforme de estilista de Pelukids.  
Fuente, elaboración personal.

A esta hora el parqueadero externo del mall está completamente lleno y el primer piso bastante concurrido de personas especialmente en los bancos *Davivienda* y *Bancolombia*, en la cafetería y pastelería *De Lolita*, en *Flip Fashion*, establecimiento que ofrece servicios de papelería y venta de accesorios y en *Santa Elena*, que si bien es cafetería y pastelería, los encuentros que allí se dan no son formales como los que sí se dan en *De Lolita*. En *Santa Elena* se dan reuniones de amigos, se encuentran grupos de personas mayores, quienes según uno de los vigilantes entrevistados “son personas pensionadas que al menos tres días a la semana se reúnen a la misma hora, entre las 10:00 a.m. y 10:30 a.m.

### **11:30 a.m.**

A esta hora, el mall se empieza a descongestionar, puesto que sus tres bancos cierran para volver a las 2:00 p.m. Unos espacios quedan vacíos y otros por el contrario toman más fuerza, como las peluquerías *Pragaty* y *Color Show*, las cuales desde las 11:00am se ven más concurridas, con más clientas, porque todas son mujeres, entrando y saliendo.

Por otra parte *De Lolita* sigue siendo un lugar bastante concurrido donde de sus ocho mesas, la mitad están disponibles, a este punto del día podría decirse que el motivo de las reuniones son variados, no solo se escuchan conversaciones de trabajo o negocios, también dan cabida a reuniones de amigos, algunas personas que salieron del banco y ahora se encuentran allí tomando un café, e incluso planeando eventos, como dos mujeres que se encuentran en una de las mesas del interior del local planeando la fiesta de matrimonio de una de ellas. Las formas de vestir de todas estas personas que se encuentran en *De Lolita* a esta hora son variadas, pero con algunos aspectos en común que cabe destacar, como los grandes bolsos que cargan las mujeres, todos en un material que emula el cuero. Sin llegar a mostrar formalidad en sus trajes, hay también gran variedad de colores fuertes que conforman un punto de color en los vestuarios y complementados con sus accesorios. En el caso de los hombres en su mayoría usan jeans con camisas de botones, en cuanto a los colores de dichas camisas hay gran variedad y en su mayoría no son en un solo color sino que son camisas de cuadros con varios sub tonos.



	
<p>Imagen 13. Referencia de los vestuarios usados por las mujeres en De Lolita. Referencias tomadas de Pinterest.</p>	<p>Imagen 14. Referencia de los vestuarios usados por los hombres en De Lolita. Referencias tomadas de Pinterest.</p>

### 12:00 m

El tráfico es más congestionado sobre la avenida el poblado y sobre las Calles 18c Sur de Medellín y 21 Sur de Envigado, el sol más intenso y no hay personas caminando y mucho menos trotando o paseando mascotas por la calle. En el mall, el primer piso se encuentra casi vacío, de los catorce locales de esta planta baja, solo se encuentran abiertos cinco: *El bodegón de La Frontera, Santa Elena, Flip Fashion, La Garantía droguería, Casablanca y De Lolita.*

Otro espacio que ahora se encuentra menos concurrido es el gimnasio en el tercer piso, su clase de las 12:00 m siempre es la menos concurrida, además se acerca su cierre para el almuerzo que es a la 1:00 p.m. Esta es la hora en que más personas circulan por el segundo piso,

principalmente con intención de almorzar en el restaurante de comida casera *El Almuerzo*, o en *Presto*, que a esta hora abre sus puertas al público y sus repartidores empiezan a entrar y salir del mall realizando domicilios.

### **1:00 p.m.**

Ya es la 1:00 de la tarde y se concreta el cierre del gimnasio *SIETE The Place*, dando salida a almorzar a sus trabajadores. El restaurante *El Almuerzo* y *Presto* continúan llenos, algunos de sus clientes son personas que parecen trabajar en oficinas de Sao Paulo Plaza puesto que portan uniformes con distintivos de oficinas comerciales y de salud como: la Secretaría de movilidad y Sura.

El primer piso permanece en calma y hay ausencia de visitantes, lo que permite que algunos trabajadores, que mantienen abiertos los locales, conversen entre sí o con algunos de los vigilantes de los cuatro que permanecen en el mall entre el parqueadero externo, el primer y segundo piso, estas son interacciones cortas pero que permiten a los sujetos salir de su puesto y rol de trabajo por unos instantes. Estos momentos donde se habla que los sujetos salen del rol, se caracteriza y se identifica por que la corporalidad y las expresiones de estos sujetos cambian, si bien el vestuario que los identifica con el lugar donde trabajan permanece allí, en la ausencia de la interacción con el otro que mueve al sujeto a actuar su rol de trabajador e imagen de un establecimiento, el sujeto se libera de su actuación.

**2:00 p.m.**

Llegadas las 2:00 p.m. de la tarde, los locales de comida del segundo piso que durante la hora de almuerzo se encontraban llenos, ahora poco a poco se van desocupando y el ambiente de esta planta del mall se torna silencioso, parece que el tiempo se detiene o transcurre más lento, “es una hora somnolienta” como lo expresa uno de los trabajadores de Satería Diomart.

Sin embargo en el primer piso ocurre lo contrario, es la hora en que la gente regresa a las oficinas que habían cerrado para que sus trabajadores se tomaran el tiempo para almorzar. Los bancos, la inmobiliaria *Rentamos* también retoma sus funciones hasta las 6:00 p.m. como indica su horario para atención al público pegado en sus puertas. Los bancos empiezan a llenarse de nuevo, especialmente *Davivienda* y *Bancolombia*. En el *BBA*, la gente va más al cajero que buscando asistencia y asesoría financiera.

El parqueadero externo vuelve a estar altamente congestionado pero no siempre los mismos vehículos, alrededor de cada 20 minutos o media hora se observa la salida de uno o dos vehículos y la entrada de un nuevo vehículo; son más los autos que las motocicletas los que circulan.

**4:00 p.m.**

Hasta las 4:00 de la tarde la cotidianidad del mall es similar a lo anteriormente descrito, incluso el tránsito de personas es más bien poco y durante periodos de tiempo muy cortos. Incluso hay momentos en los que algunas personas no parquean el carro sino que se detienen un instante en el parqueadero y preguntan por algún lugar o dirección a los vigilantes o necesitan comprar rápidamente algún elemento de papelería en la miscelánea *Flip Fashion* y enseguida se van.

Una vez llegada esta hora, los bancos, los lugares que hasta este momento del día habían sido los responsables del gran flujo de visitantes del mall La Frontera, cierran su horario de atención al público, sus trabajadores y trabajadoras empiezan a salir, algunos en dirección al metro por la Calle 18c Sur, otros hacia el parqueadero cubierto del mall que está en el piso subterráneo al lado de la oficina administrativa, y otros se marchan del mall en sus motos.

A esta hora se ven tanto a la administradora del mall La Frontera como a su secretaria recorriendo los pasillos del mall, hablando con los vigilantes, tomando fotos a algunos locales para posteriormente publicarlas en las redes sociales de Facebook e Instagram del mall La Frontera, además interactúan con algunos clientes.

Avanzadas las cuatro, parece volver a concurrirse el mall especialmente hacia *De Lolita*, *Santa Elena* y *El Bodegón de La Frontera*. Cabe resaltar que la mayoría de las personas que visitan estos locales son adultos, algunos jóvenes hacia el gimnasio y muy pocos niños. Se advierte al instante cuando un niño llega al mall y de cierta manera llama la atención; es en su presencia que se puede advertir su ausencia el resto del día.

### **5:00 p.m.**

Los ejecutivos de *Allianz* y los ingenieros de *Ilimitada* desfilan por los pasillos del mall abandonando el lugar, pues su horario laboral ha concluido, así mientras estos abandonan el lugar, rápidamente empiezan a llegar personas con atuendos deportivos en dirección hacia el gimnasio, a partir de este momento y hasta eso de las 8:00 de la noche se puede observar que son las horas de más congestión en el gimnasio *SIETE The Place*.

**8:00 p.m.**

Llegadas las 8:00 de la noche es la hora donde el mall va terminando de cerrar los locales que seguían abiertos, tanto trabajadores de los locales como visitantes se despiden del lugar, tan solo continúan abiertos pocos locales entre ellos: *El Bodegón de La Frontera* hasta las 8:30 p.m., *Beach Color* hasta las 9:00 p.m. y el gimnasio hasta las 10:00 p.m., que si bien después de las 8:00 p.m. ya no está tan congestionado según comentó uno de sus instructores, dado que después de las 8:00 p.m. ya no hay clases de rumba o crossfit, igualmente asisten personas para entrenar libremente en las máquinas de las que dispone el gimnasio.

Una vez marcadas las 8:30 p.m. se da por terminada la observación, dejando atrás un mall La Frontera prácticamente vacío y cerrado, con locales a pocos minutos de cerrar, otros cerrados y su servicio de vigilancia y droguería las 24 horas.

Como producto de este ejercicio etnográfico se pueden ir advirtiendo algunos aspectos clave entorno al vestuario de los sujetos que pertenecen a los trabajadores del mall La Frontera, quienes se caracterizan por portar un uniforme u otros elementos de indumentaria que los identifica como tal. Estos elementos clave de la uniformidad son principalmente tres: la relevancia de la uniformidad como elemento que construye en el sujeto una percepción de identidad e imagen colectiva, donde el sujeto adopta y se apropia de unos valores institucionalizados para la construcción de su sí mismo, como elemento que diferencia el tipo de rol que actúa un sujeto, entre trabajador del mall y un cliente o visitante del mismo y como un aspecto que representa una transformación y restricción del sí mismo que constituye la personalidad del sujeto.

Por otra parte un elemento clave a la hora de hablar de una incorporación o abandono del rol por parte del sujeto es la ausencia de la interacción que le indica al sujeto incorporarse en la

actuación de su rol y por ende se siente en libertad de soltarse un poco de su actuación, si bien el vestuario es un elemento que contribuye e influye en la validación del rol social que actúa un sujeto, este puede perder su sentido legitimador en la ausencia de dicha interacción que incorpora al sujeto en su actuación.

### CAPÍTULO 3: TESTIMONIOS Y RESULTADOS

El presente capítulo pretende abrir el panorama al universo investigativo y su trabajo de campo a partir de los testimonios y resultados recolectados. Se inicia presentando a los sujetos que hicieron parte de la investigación, accediendo a ser entrevistados y compartiendo en diferentes instancias del campo, sus experiencias relacionadas con el mall La Frontera, el vestuario y sobre sus experiencias de vida que han contribuido para hoy tener la percepción que tienen sobre el mall, el vestuario y la forma en que interactúan. Los sujetos entrevistados fueron tanto visitantes como trabajadores del mall, para lograr una perspectiva amplia sobre la cotidianidad del mall y como cada uno la vive<sup>5</sup>.

Posteriormente se exponen los resultados obtenidos de todos aquellos testimonios en diálogo con aspectos teóricos que permiten entender y construir un relato de la perspectiva que tienen los sujetos sobre la ciudad de Medellín, El Poblado, el mall La Frontera, el vestuario en este lugar, las conductas que deben adoptar y qué prendas debe o decide usar; además de sus percepciones sobre las personas que habitan el mall y la zona de La Frontera, sus características, sus roles y la posición social a la que pertenecen.

---

<sup>5</sup> La importancia de la información que los sujetos proporcionaron radica en que dan cuenta de una construcción social alrededor del tema, por tanto no se considera necesario exponer los nombre reales de los sujetos. Por respeto y sugerencia de algunos de ellos, sus nombres fueron cambiados.

## LOS SUJETOS Y SUS EXPERIENCIAS

### Laura (23 años)

Laura nació en Medellín y reside cerca a la estación de metro Niquía, pero trabaja en el sector de Laureles-Estadio o comuna 11 de Medellín. Ha visitado en algunas oportunidades el mall La Frontera cuando se ha dirigido hacia Envigado o hacia el sector cercano a la estación Ayurá, por ello hace parte de los visitantes (aunque no frecuente en este caso en particular) del mall La Frontera que accedieron a compartir con esta investigación sobre su experiencia en el mall y su experiencia estética desde el vestuario en este lugar. Esta joven compartió no solamente sobre las experiencias que ha tenido visitando el mall, su percepción de la zona donde se encuentra ubicado y su experiencia desde el vestuario en este lugar, sino que también ahondó en exponer un poco sobre su percepción a la hora de vestirse y los factores que tiene en cuenta, además de algunas situaciones que la llevaron a tener dicha percepción.

Para hablar de vestuario y su vestir en particular, Laura destaca el papel y relevancia de las enseñanzas de su madre que la han guiado para saber cómo vestirse y hacerlo de *manera adecuada* según expresa:

Yo siempre, desde pequeña [...] como viendo a mi mamá, ella siempre se dejaba llevar como por el buen gusto, entonces como que decía (**ejemplo que recuerda Laura para evidenciar las enseñanzas de su madre**): “¡Ay no! Tales zapatos eso no va a combinar...” Entonces yo veía que ella regañaba a mi papá por ejemplo: “... ¿Mijo, vea usted cómo va a salir así a la calle? Vea, una pantaloneta, unos zapatos azules... o una pantaloneta verde, unos zapatos anaranjados y una camisa amarilla, ¿Usted cómo va a salir así?” [...] entonces así uno inconscientemente va como adquiriendo como eso, osea



si me voy a poner unos tenis, me pongo una sudadera, osea no me voy a poner un pantalón, pantalón (**hace referencia a un pantalón formal en telas de dril, lino o semejantes**) con unos tenis que era, digamos, lo que mi papá de cierta manera pretendía y cosas así [...] que usted tiene que vestirse con unos zapatos que no estén rotos o con unas medias que no estén rotas, con una camisa que no sea de niño si usted es una niña por decirlo así.

A propósito de sus últimas expresiones, concernientes a que la ropa que una persona debe usar para estar *bien vestida* no debe estar rota y corresponder a una expresión de género que de igual manera se corresponda con su sexo, Laura abre un paréntesis para decir que si bien ahora a sus 23 años tiene una opinión sobre el vestir y el *buen vestir* guiada por los anteriores ejemplos de su madre, esto no siempre fue así. Hubo una etapa de su vida, durante su adolescencia, en la que su vestuario era completamente diferente tanto de como es ahora, como de lo que ella entiende como vestuario *normal* catalogando esta época como su *época oscura y loca*:

Yo me ponía ropa casi como de niño y la rompía, [...] o sea diferente, loca demente y la gente criticaba mucho eso, como que esta por qué se viste así. Zapatos anchos, faldas corticas pero con ganchos de ropa, o sea: era la falda y tenía una rajada en la mitad y yo le ponía así ganchos, era una cosa loca (**ver imagen 14.**) [...] Y mis amigos del rock, que del punk, si decían: “¡Uy que mera pinta!” [...] Pero entonces la gente que no se vestía como uno, era como: “¡Ay no! Pero vos cómo vas a salir así a la calle” Normal, a mí me gusta. A mí no me importaba cómo se vieran ellos, me importaba era yo cómo me viera y llamar la atención, verme diferente a todo el mundo”



Imagen 15. Referencia de vestuario que usaba Laura durante su adolescencia. Imágenes suministradas por Laura.

Pese a que como expresa Laura, en ese momento a ella no le importaba que las personas que no se vestían como ella la tildaran de loca o de mal vestida, más adelante eso sí le empezó a condicionar, debido a que el ambiente donde esa apariencia excéntrica sí era aceptada se tornó contrario a su forma de actuar y de ver la vida, y las personas la asociaban con esos valores ajenos a ella, así que empezó un cambio en su apariencia encaminado a lo que hoy, en términos de apariencia, de construcción de rol, sugiere que es:

[...] Ya no solo era ese tipo de vestimenta, ese ambiente de rock de punk, de cosas pues que son muy pesadas [...] me empezaron a hacer ver que la gente me estaba viendo como algo que yo no era, me veían como si yo fuera drogadicta, como si fuera una persona que no soy[...] Empecé pues como a pensar mucho en eso [...] que la gente me está viendo mal, y yo no me voy a vestir para la gente, pero yo también tengo que sentirme bien, cuando la gente me mire [...] uno cree que no pero todo ese vestuario y todo eso hace que la gente lo estigmatice a uno [...] Entonces me dije, ya es hora de madurar, ya es hora de ver la vida como la tengo que ver, más adelante voy para una universidad [...] Pero entonces la gente no dimensiona cómo el otro lo va a ver.

A través de lo que Laura va relatando se pueden ir evidenciando algunos aspectos claves: el sujeto en el diálogo y la interacción con los demás, de acuerdo a la acción que genera en ellos, se da cuenta que su vestuario habla de sí mismo, que si bien no es algo absoluto ni lo define completamente, sí expresa datos de quién es o puede ser, y los valores que posee o puede poseer. Estos datos están sujetos a la interpretación del observador, mediada por el entorno social en el que se desenvuelve y los indicadores bajo los que lee y define una apariencia como una cosa u otra.

Además se da cuenta de cómo opera la categoría de la que habla George Mead (1972), el *otro generalizado*, donde como resultado a esa interacción con los sujetos, Laura, advierte la percepción que tienen de ella las personas de forma desprevenida en la calle y esto la impacta de tal manera que su apariencia, su percepción de su *sí mismo* se transforma, desde la mirada de los otros sobre ella, que le indican lo socialmente correcto y aceptado. Lo remarca con precisión cuando expone que empezó a pensar diferente y con ello, a esperar y hacer cosas diferentes con su apariencia. Si bien es cuando su apariencia empieza a ser estigmatizada que conscientemente hay una transformación extrema de su vestuario, esta percepción del otro generalizado ya estaba presente en ella a través de las demandas de su madre.

Si bien Laura se enfrentaba a un proceso de transformación de su apariencia, y no solo desde un estilo o algunas prendas, sino desde cómo en su cabeza esperaba verse y la lectura que esperaba transmitir a los demás sobre sí misma, mantenía algunas premisas, aspectos interiorizados en su personalidad, como la relevancia de la diferenciación de los demás sujetos en la búsqueda de su aspecto:

Cuando empecé a cambiar la ropa que me ponía, igual algunas cosas de cómo me quería

sentir se mantenían, como llamar la atención, no verme igual que todo el mundo [...] no me gusta verme reflejada en otra persona, (**refiere a verse similar a la apariencia de otra persona**), me hace sentir mal [...] para eso no tenés que vestir, pues que a la última moda y gastar un poco de plata (**dinero**) en cosas muy costosas, yo digo una cosa y es que la moda pasa pero el estilo queda y si vos te vestís bien te van a ver bien [...] hay que pensar ¿Qué soy yo y qué le quiero mostrar a las personas? [...] ¿En qué lugar? ¿En qué situación? ¿En qué, momento, para qué ocasión? ¿Por qué? [...] usted debe vestirse acorde a donde usted va.



Antes de continuar con las experiencias de esta joven, vale la pena detenerse para analizar algunos aspectos de la acción de vestir y decorar el cuerpo que se evidencian con Simmel (1905) en donde este autor habla de dos necesidades que el sujeto suplente por medio del vestir: necesidad de diferenciarse de los demás sujetos y de aceptación de su apariencia por parte de su grupo social y del carácter homogenizador del fenómeno de la moda. Si bien Laura transforma su apariencia como respuesta a la estigmatización y censura social que recibía por parte de las

personas con las que llegaba a interactuar y a un distanciamiento del grupo social con el que compartía su anterior estética, sigue viendo en su experiencia con el vestir un recurso para suplir esa primera necesidad que expone Simmel, de diferenciarse de los demás, lo cual logra reinterpretando las prendas que ofrece el sistema moda, acoplándolas a su propio estilo e imagen particular que quiere mostrar, sin perder la necesidad de aceptación social de su apariencia, que es lo que en última mueve la transformación de Laura.

Aquí también nuestra interlocutora pone sobre la mesa su percepción sobre la moda y la influencia que esta puede tener en su vestuario. Expresa que para *vestir bien* no es necesario adoptar tal cual las formas que ofrece la moda, y considera que es más valioso el proceso creativo de los sujetos en la construcción de un estilo particular que confiar a la moda por completo la apariencia estética, con su carácter tan variable y cambiante, y a la vez uniformador y homogenizante de las personas, truncando la diferenciación estética.

Después de explicar sobre su cambio de apariencia a través del vestuario, Laura también empieza a evidenciar cómo la percepción que tiene un sujeto sobre un lugar influye directamente en las elecciones que este hace a la hora de armar su vestuario. Ella menciona el espacio y cómo este es socialmente entendido, como una variable importante que determina cómo el sujeto debe verse, haciendo hincapié en que para *vestir bien* debemos pensar en la imagen esperada de las personas que habitan cotidianamente un espacio y además del tipo de situación que se dará en dicho lugar.

Evidenciado este elemento, se le pregunta entonces ¿Qué aspectos del espacio tiene en cuenta, desde su perspectiva, para vestirse en el mall La Frontera? Antes de responder directamente dicha pregunta, Laura explica que no solo es el mall sino el sector donde está el

mall, El Poblado, y comparte algunas experiencias y ejemplos, que dan cuenta de la percepción que tiene del sector, iniciando con una anécdota de un día que fue a un restaurante en Sao Paulo Plaza, ubicado frente al mall La Frontera:

Por el sector, pues sabía que era un restaurante al que no todo el mundo va [...] no es un lugar que todo el mundo puede pagar, solo llega la gente en su carro y no en cualquier carro, sino en un carro de trecientos millones de pesos [...] entonces yo ese día, cambié el bolso, me fui de botas, [...] me cambié a una camisa, jean, pero era un jean sobrio ¿Sí me entiende? Que yo llegara allá y no me sintiera mal de cómo es que estaba vestida, sino estar a la altura, porque la gente que va a esos lugares de El Poblado es gente que se viste muy bien, se ve muy bien [...] uno no tiene esas cosas caras que compra esa gente, pero si uno puede buscar opciones más económicas que te permitan verte bien.

Y pues ¿Cómo sería en el mall La Frontera?, pues depende de lo que vaya a hacer allá, que probablemente sea encontrarme con alguna amiga o algo así, porque no hay otros servicios que necesite, pues que yo venga desde mi casa o mi trabajo hasta acá, pues no [...] tendría en cuenta las mismas cosas, de verme bien, femenina, nada vulgar porque hay gente de oficinas, señoras todas encopetadas entonces no es un ambiente para un andar mostrando todo, además porque va gente grande.

Para Laura pensar en cualquier lugar que hace parte de la comuna 14, sector El Poblado es pensar un sector de estratos altos, frecuentado por personas de esos estratos y que por ende se *visten bien*. Ese *vestir bien* es para ella, usar prendas sobrias, que no estén sobrecargadas de colores, desgastes u objetos y accesorios, puesto que estas prendas, siguiendo a Bourdieu, son desvalorizadas en dichos contextos por su intención explícita de distinción (Bourdieu 1988,

[1992] p. 75)

Nuestra interlocutora recalca la experiencia limitada que sugiere el mall en la ciudad, en la medida que no es un lugar que se caracterice por prestar servicios especializados o exclusivos del mall, por los que las personas se trasladan desde puntos alejados de la ciudad hasta allí, por el contrario presta servicios más bien cotidianos y comunes en la ciudad, los cuales también se encuentran en muchos otros puntos de la ciudad, en otros pequeños centros de servicios como el mall La Frontera.

*Yamile (50 años)*

Yamile es una publicista proveniente de la ciudad de Bogotá, que reside en Medellín desde hace catorce años y durante los primeros seis o siete años de su residencia en la ciudad fue una visitante constante del mall La Frontera, debido a que era un lugar más o menos cercano a su residencia, ubicada en el sector de la Universidad EAFIT, que le ofrecía una oferta de servicios necesarios en su cotidianidad. Además, como expondrá más adelante, era un lugar muy visitado y era usual frecuentarlo con fines de realizar encuentros sociales en este nuevo lugar en la ciudad. Aunque sigue viviendo allí mismo, las condiciones de movilidad en todo el sector del Poblado y desde luego La Frontera, hicieron que la distancia y tiempo de desplazamiento desde su casa hasta el mall fuera más largo y tedioso, contando con lugares más cercanos o de mejor acceso para ella. Aun así, en algunas ocasiones esporádicas lo frecuenta o circula por la zona de La Frontera.

Yamile inicia contando sobre su experiencia en los primeros contactos que tuvo con el mall, cuando estaba recién llegada a la ciudad:

Nosotros estábamos recién llegados acá a Medellín entonces nos íbamos a conocer la zona

del Poblado y La Frontera, además porque allí en La Frontera era una zona muy verde, tranquila y fresca pues eran lotes abiertos, [...] La primera vez que fuimos ya nos habían hablado de esa zona, que en ese momento estaban como empezando a construirse las unidades grandes que ahora están allí y queríamos ver si era posible vivir allí[...] Me acuerdo mucho que el taxista que nos llevó esa vez, tenía la sensación que era costosísimo, pero tremendamente costoso, entonces él se refería: “¡Ay, la gente se viene aquí a comprar, solamente por la moda que es acá el mall, me voy para el mall!”, a comprar y que todo era más caro allá, que en otras partes que se conseguían las mismas cosas [...]ir al mall era como lo más *in* del momento, lo más caro, el que se quiere mostrar, el que se quiere lucir, el que quiere estar allá pues por gusto y pues, y ya [...] no porque uno fuera a suplir necesidades tan básicas.

Resulta interesante cómo desde la perspectiva de Yamile, se puede evidenciar y pensar el espacio como un elemento que juega y toma parte en los juegos de la distinción de clases, no solo desde la mirada hacia las personas que habitan este espacio, sino desde cómo se hace de algunos lugares, espacios para demostrar el nivel socioeconómico de los sujetos, en la medida que son visitados y frecuentados por cierto tipo de sujetos.

Yamile también compartió dentro de sus experiencias y recuerdos del mall en esos primeros contactos, una descripción de la estética y apariencia de personas consideradas *nuevos ricos*, pertenecientes a esa élite emergente que hacía parte de la ciudad desde los años setenta y que no era vista con los mejores ojos de aceptación por parte de los demás visitantes del mall y residentes de la zona:

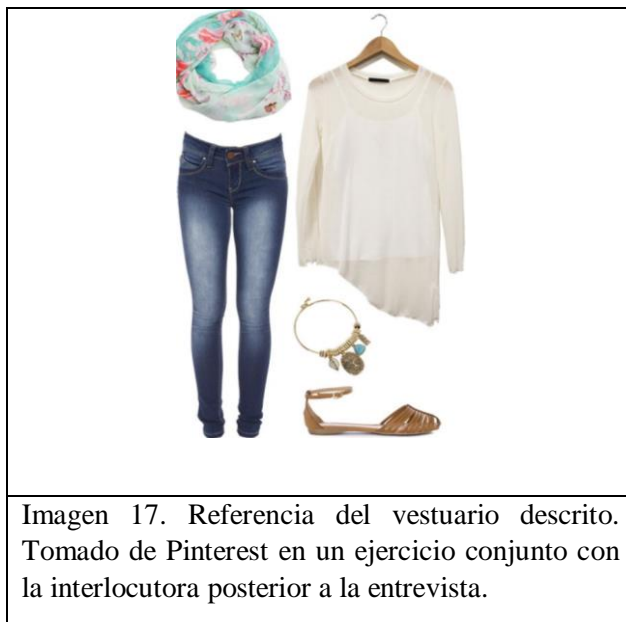
A veces uno si veía gente, como te dijera, pues que se notaba que no pertenecían a ese lugar o a la zona en general [...] o bueno tal vez si fuera de la zona, pero era gente como



que desentonaba con, por ejemplo las señoras estiradas y bien vestidas del Poblado [...] era gente como extravagante, de mal gusto, que incluso pues parecía gente como que se dedicara, no precisamente a trabajar en una oficina o en un empleo muy legal [...] es que no sé cómo explicarlo, pero eran cosas que se notaban, que uno sabía por la pinta[...] yo lo percibía en lo ordinario, vuelvo y te digo, gente de poco gusto, en lo delicado, o bueno no delicado, lo mismo la forma de vestir muy poco sobria, muy extravagante la ropa, los brillantes, los colores, ya exagerado por todas partes, los hombres mostrando pues sus cadenas, una mano de joyas, exagerado y como había un prototipo de gente, de moda de ese tiempo que se peluqueaban la cabeza que parecía gente que trabajaba en negocios turbios”

En contraparte, nuestra interlocutora expresa cómo ha sido y es actualmente su vestuario para asistir al mall La Frontera, sin hacer distinción alguna en la temporalidad, puesto que no considera un mall como un lugar donde haya que salir de un vestuario cotidiano a uno más producido o incluso formal para quedar bien:

¡Normal!, pues bien, arreglado, pero no más que cuando uno sale para otro centro comercial [...] Si yo en estos momentos —estoy con un blue jean, con unas sandalias y camiseta— y tengo que ir, yo me voy así como esté, no es que esté despelucada ni nada, pero yo me voy [...] por decir a Bancolombia que es ahí, es como lo cotidiano, lo del día a día [...]el mall de la frontera no es para que usted saque su mejor pinta y saque sus zapatos y su cartera, no uno va es a hacer vueltas, diligencias.



### **Victoria (37 años)**

Victoria de aproximadamente hace parte del grupo de trabajadores del mall que accedieron a ser entrevistados, es de aclarar desde ya que dentro de los trabajadores del mall se encuentran sujetos pertenecientes a dos áreas específicas, la administrativa y la de vigilancia. Victoria hace parte de la primera.

Los relatos de experiencias y testimonios de Victoria recogen información sobre la movilidad del mall y cómo ha cambiado en el tiempo que lleva trabajando allí, así como aspectos que observa en cuanto al vestuario de los visitantes y demás trabajadores del mall. Primero, desde el aspecto de la movilidad para acceder al mall, Victoria relata:

La misma situación de movilidad era diferente, anteriormente aquí en el semáforo hacías la U y entrabas directamente al mall, luego hicieron el retorno y en el retorno podías hacer el giro izquierdo y entrabas directo al mall [...] ya ahora hicieron el cambio, quitaron los

giros izquierdos y entonces hay que hacer un recorrido más largo dependiendo de dónde vengas, claro que aún sigue siendo un lugar al que es muy fácil llegar por que está en una vía principal, están los buses de transporte público y esta es una zona que tú puedes caminar tranquilamente, pero para el que tiene carro si es mucho más complicado, das más vueltas, tú que has venido lo has visto [...] entonces esas mismas situaciones hacen que las personas tengamos cambios en el momento de movernos y en el momento de decir vamos a un sitio o vamos al otro [...] por ejemplo, yo antes de trabajar aquí la verdad es que lo visitaba poco, porque el día a día en otra empresa te absorbe, entonces había momentos en donde yo salía de mi casa a las seis de la mañana y regresaba a las seis de la tarde, cansada y tenía cosas, pues labores que hacer de la casa, entonces no tenía como mucho tiempo para hacer uso del mall, además porque tenía en ese momento, a pesar de estar cerca al mall, tenía, pues vivía en un sector que tenía una oferta comercial más cercana a mí, porque en sí el mall lo usa quien lo necesita, quien necesita con urgencia un servicio, y que le quede cerca.

En este punto, el relato nos deja entrever algunas intuiciones que delineamos con David Harvey (2014) en cuanto a la forma en que este tipo de lugares, estos pequeños centros de servicios, transforman la vivencia y la forma en que los sujetos se mueven en la ciudad, en pro de optimizar el tiempo que gastan los sujetos en desplazarse por el espacio para ir de un lugar a otro, mediante la eliminación del espacio, o al menos la transformación del espacio en este caso, porque si bien no se elimina, evidentemente sí está en constante cambio.

Ahora en cuanto a la percepción sobre las formas de vestir de las personas dentro del mall expone:

La Frontera no necesariamente implica un código de vestuario específico, si no que dependiendo de lo que tu necesites, es como tú te puedes vestir para estar en La Frontera, [...] si una persona sale temprano, pero tiene que hacer una diligencia en el banco, pues entonces con la caminata que va a ser, viene hace su vuelta y sigue caminando o ya se devuelve para la casa, o por ejemplo aquí aunque hay bancos y personas que vestimos más formal, aquí también hay un gimnasio, y las personas que vienen no van a llegar elegantes para luego cambiarse allá a algo deportivo, no, vienen de una vez con sus pintas de hacer deportes, entonces depende mucho [...] o por ejemplo están los funcionarios de Ilimitada, Allianz o incluso de la inmobiliaria, ellos si van a estar más formales, con saco y pantalón pero porque ellos están así por su trabajo, no quiere decir que las personas que vienen a hacer una diligencia en jean, o los de la pinta deportiva estén mal vestidos, no, porque se entiende a lo que vienen.

[...] como te digo, por ejemplo: las personas que trabajamos justo acá, pues tenemos como un modo de vestir más formal [...] mi presentación tiene que ser acorde al cargo que tengo dentro del mall [...] en cambio yo un fin de semana no me visto como estoy vestida hoy, entonces pues en jean, los zapatos bajitos, pues, esas cosas.

Con lo anteriormente explicado por parte de nuestra interlocutora, podemos evidenciar y retomar un elemento que con Laura ya habíamos evidenciado también, el tema de las ocasiones de uso, como un factor determinante a la hora tanto de elegir un determinado vestuario como de juzgar y valorar la puesta en escena de ese vestuario.

**Andrea (30 años)**

Siguiendo con los sujetos que hacen parte del área administrativa del mall, Andrea es una joven que se encontraba de manera temporal en esta área del mall, si bien no pude mantener el contacto con ella durante todo el proceso investigativo, fue un sujeto entrevistado que contribuyó a dar luces sobre las percepciones que se construyen entorno al mall y al vestuario allí, desde su cargo administrativo:

La forma en que tú te vistas sí depende mucho del lugar que vayas a visitar, a frecuentar, de donde trabajas [...] por ejemplo para yo venir a trabajar acá, tengo que cuidar mucho mi presentación personal porque uno ve personas muy bien presentadas, muy elegantes, y pues yo sé que acá soy la imagen de entrada, tengo que estar agradable, verme agradable, sentirme muy agradable [...] hay que estar a la altura de las personas que vienen ya sean clientes cotidianos del mall, quienes además son de una clase alta o empresarios [...] porque si yo soy la imagen que ven de entrada cuando vienen al área administrativa, no se va a llevar una buena imagen ni del mall ni de las personas que trabajamos acá.

Con Andrea podemos ver cómo la percepción de que este es un lugar en una zona y visitado por persona de clase alta se repite, además de la idea de que las personas de dicho estrato social, por poseer un alto poder adquisitivo se visten bien, están arregladas y elegantes. Además también se empieza a advertir el tema de la construcción de una fachada colectiva, de la que habla Erving Goffman (1959), la cual es compartida y permea en función de la adopción de unos valores y actuaciones de grupo, la percepción que tiene el sujeto de sí mismo, en la medida que se asume como miembro activo del grupo y como sujeto en quien puede recacer la imagen de la institución que representa, cuando Andrea hace referencia a que en su cargo de trabajo en la parte administrativa se considera como la imagen del mall ante los visitantes.

**Catalina (35 años)**

Catalina es la tercera interlocutora con un cargo en el área administrativa. Relata sobre la experiencia que ha tenido trabajando en el mall La Frontera, sus percepciones ante dichas experiencias y algunos aspectos que consideran relevantes a la hora de vestirse para apropiarse de su rol en el mall:

[...] La experiencia ha sido muy chévere, porque venía de un centro comercial muy grande, donde no había mucho contacto con las personas, [...] y acá ha sido mucho el cambio, porque dentro de mis labores está eso, labores de campo, salir, hablar con la gente, saber cómo están [...] también por esas mismas labores que debo desempeñar en la parte externa, con los clientes y visitantes debo estar muy bien presentada [...] finalmente somos la imagen de una empresa, y entonces ¿Qué se va a proyectar si tu llegas acá y me ves así con la ropa súper rara? [...] si yo vengo acá a trabajar en el área administrativa, por más que no tengamos un uniforme de dotación, tengo que darme cuenta cómo verme bien, estar limpia, agradable, con la ropa que combine y eso lo dicta la misma ocasión el lugar [...] todo depende de la ocasión y de saberse vestir para la ocasión, no es lo mismo si yo trabajo en una oficina y me vengo de jean y de tenis y de una blusa de tiras así sea el súper jean, los tenis de moda, la blusa de moda, el accesorio de moda, para el lugar que estoy trabajando no queda bien.

Con Catalina se evidencian y repiten algunos elementos importantes que se han desarrollado anteriormente como la relevancia del lugar y ocasión de uso, al momento de elegir una serie de prendas sobre otras que tengamos y la relación entre el rol que se ocupa dentro de un lugar, el vestuario elegido para interpretar dicho rol y la imagen institucionalizada del lugar que se está

mostrando a travéz del vestuario. Aquí nuestra interlocutora nos está exponiendo algunas características que se tienen en cuenta para estar *bien vestido* como trabajador del mall La Frontera: armonía entre los colores que hacen parte del vestuario, primando los colores claros o neutros sobre colores muy llamativos y limpieza y orden en las prendas que conforman el vestuario<sup>6</sup>.

Aunque Catalina expresa que el mall para su personal administrativo no tiene estipulado un uniforme propiamente dicho, que obedezca a la imagen del mall con colores o logos corporativos, sí establece un código de vestuario un tanto estricto el cual, quien entra a trabajar debe seguir:

Existe un código de vestuario estipulado para los administrativos del mall [...] tampoco te puedes venir con las sandalias despuntadas, o venirte de tenis, de jean, no. Siempre hay un parámetro que hay que seguir, no escote, no la transparencia, sino ropa muy formal para la oficina, zapatos pueden ser de tacón bajito pero no totalmente planos, que siempre tengan algo de altura porque eso estiliza la figura, y los tacones o zapatos que no sean del todo planos dan como elegancia.

### **Andrés (27 años)**

Ahora dejando a las funcionarias del área administrativa, ahondaremos en el personal de vigilancia. Andrés es proveniente de la costa atlántica colombiana, y nos relata cómo su experiencia en las interacciones cotidianas que tiene en el mall La Frontera está completamente mediada por el uso de su uniforme, bastante distintivo dentro de este lugar:

---

<sup>6</sup> Pensar y hablar de la asepsia en los espacios privados y públicos de Medellín y las concepciones subjetivas, bien darían para todo un proceso de investigación. Hago este comentario en procura de visibilizar la relación imagen-pulcritud-moralidad como llave de acceso a esas posibles investigaciones.

Con el uniforme [...] se siente más responsabilidad, ya usted está en los ojos de todo el mundo, ya todos a quién van a buscar, al vigilante, al guardia, [...] yo ahora acabo turno y ya salgo y me cambio, pero tú te ves muy distinto sin el uniforme [...] se siente uno libre, de esa responsabilidad, que uno ya, ya uno terminó su turno y ya, comienza como otra vida, porque no es lo mismo estar uniformado que ya estar uno de civil.

En este fragmento, Andrés nos permite analizar varios elementos como la conciencia desde el *sí mismo* del sujeto de que su imagen, la fachada en su actuación de guardia de seguridad es una colectiva, donde el sujeto no solo debe preocuparse por la percepción que genere de sí mismo como individuo sino por la imagen del lugar donde trabaja. Allí hay una idea de que el uniforme transmita seguridad, y además nos está hablando precisamente de la forma en que su rol se va legitimando mediante su vestuario, cuando habla de las sensaciones que le generan cuando se pone el uniforme e interactúa con las personas del mall. Esta legitimación, recordemos, radica en la acción que se genera entre los sujetos durante la interacción, la cual conlleva a una adaptación o transformación de la actuación de los sujetos, y responde a los significados que le otorgamos, en este caso al uniforme de seguridad.

A lo anterior agrega, a modo de comparación, la experiencia que tuvo mientras estuvo en la policía y sentía una percepción muy similar sobre la posición y responsabilidad que le otorgaba el uso del uniforme que representa una institución y unos valores específicos:

Es como cuando estaba en la policía, nosotros estábamos pal banco o alguna cosa y no íbamos de uniforme sino de civil, ya descansábamos, como esa libertad, ya no tiene que estar uno pendiente que este lo va a ver, que le va a decir algo, que le va a tomar una foto a uno, nada.



Esa mirada a la que se refiere el interlocutor es su interiorización de su *otro generalizado*, quien le dice al sujeto cómo lo observan los demás y cómo debe actuar frente a esa mirada, que espera una actuación más o menos determinada, o más bien espera que esa actuación del sujeto le genere unas sensaciones y actuaciones concretas.

### **Juan (40 años)**

Juan, es otro de los vigilantes del mall a los que tuve acceso. Con su postura siempre firme mientras hace gala de su uniforme de guardia de seguridad, nos recalca la relación con su uniforme de trabajo, tanto cuando lo está portando como la diferencia en la percepción de *sí mismo*, cuando no lo está portando:

Yo sin el uniforme aquí en el mall me sentiría muy diferente, demasiado, es decir, llega un usuario más para el mall, ya no es: “Llegó el muchacho de la vigilancia”, sino es llegó un usuario para el mall, lo que importa es que generen gástico (gasten dinero) [...] cuando yo me pongo el uniforme acá, siente uno como más respeto, más confianza de “Ve, ese es el de la seguridad” que es también lo que se respeta mucho acá y el tema de ser vigilante, aquí le dan su lugarcito a uno, en otros puntos donde no te respetan, para nada [...] ya la gente me ve por ahí y ya con el uniforme es como más respeto [...] también es que cuando uno sale de aquí y se quita el uniforme y se quita un peso, ya es andar con más libertad, ya se puede uno mezclar con la gente de civil, ya no llamo tanto la atención.

Como se mencionó en el capítulo anterior, el uso de uniforme genera un rol y una actuación de dicho rol tan particular que cuando el sujeto no lo usa, se genera una ruptura en la actuación del sujeto, en la que abandona completamente su rol de trabajador y se incorpora a un rol de

visitante. Por otra parte Juan también relata un poco sobre las regulaciones que hace sobre su corporalidad y personalidad en la representación de su rol. Un aspecto clave es la regulación que hace el vestuario, en este caso un uniforme que implica un poco de significados, sobre el cuerpo, la corporalidad del sujeto:

[...]Con la vigilancia se tiene que abstener de muchas cosas, porque no están bien vistas, relajarme, libre, poderme sentar por ahí [...] pero bueno si yo me viniera como un usuario más, pues tendría en cuenta que tengo que estar bien presentado, así no esté trabajando, hay que dar una buena imagen, además porque acá no viene cualquier persona, sino que viene gente que se ve bien, gente bonita, bien presentada [...] el mall como que lo exige, ya lo ven a uno como que “Uy este si vino como que un poco desorganizado al trabajo” entonces exige, este sector exige que tu andes presentable.

### **Adriana (33 años)**

Adriana es la única mujer perteneciente al cuerpo de vigilancia que labora en el mall, es una mujer firme, que trabaja en esta área de seguridad desde hace ya unos ocho años, aunque no siempre en el mall, donde lleva alrededor de dos años, puesto que la empresa de seguridad con la que contrata el servicio de vigilancia el mall La Frontera, antes la tuvo ubicada en otros puntos, también centros comerciales o grandes supermercados como fue el caso de El Euro sede Envigado, ubicado en el mismo sector, y en el centro comercial Monterrey.

Adriana describe el cambio de trabajar en dichos centros comerciales a llegar a trabajar a un formato más pequeño como lo es este mall:

Un cambio bastante grande, en seguridad y [...]es mucho más segura esta zona que por allá que se evidencia mucha más inseguridad a los alrededores [...]Antes de trabajar acá,

ya había venido antes porque estuve trabajando también en Euro, pasaba acá a hacer diligencias, pero ya después cuando me fui para Monterrey ya no venía, porque realmente no tenía a qué venir, porque los servicios que aquí ofrecen se pueden encontrar en cualquier otra parte de la ciudad aún más cerca, y pues para dar vueltas un fin de semana o un día libre, pues para eso uno se va a Oviedo, Santa Fe, Los Molinos y otros que hay en la ciudad, y que son para eso, para dar vueltas, mientras que aquí no.

### **Darío (48 años)**

Darío, también guardia de seguridad del mall La Frontera, relata la percepción que tiene sobre la zona y el mall mismo como un gran referente geográfico y de ubicación urbana:

Esta es una zona, comercial y a la vez residencial [...] este mall es como un punto como de referencia, por ejemplo el que viene para la clínica dinámica, “Ah es que me dijeron que en el mall La Frontera” y no, queda es en el centro comercial São Paulo [...] también es muy tranquilo, muy bueno acá, sobre todo para uno como guardia de seguridad, porque hay sectores que uno sabe que son más bien pesados y complicados en materia de seguridad, pero aquí no, aquí lo único que a veces puede pasar o uno tener inconveniente es cuando por ejemplo: el que parquea en el parqueadero externo, es porque va a dejar el carro acá en el mall y se van para otra parte, entonces se ha chocado mucho con esa parte, pero igualmente son pequeños inconvenientes que no tienen mayor trascendencia porque la gente es muy amable y sí lo ven a uno realmente como una figura de autoridad.

Por otra parte Darío, expone algunos testimonios sobre las dinámicas que observa entre las personas que visitan el mall:

Acá viene mucho pensionado, llegan acá, se reúnen en Santa Elena o De Lolita, se sientan, como que fueron compañeros de trabajo o compañeros de estudio, pero son igual gente como de por acá [...] y toman el mall con un lugar central o de fácil acceso, son como: “Ah, nos encontramos en el mall, nos tomamos un tinto en Santa Elena [...] estas personas son de un estrado 6 o 7, uno analiza, por ejemplo en las formas de hablar, por la forma en que le llegan a uno, por ejemplo esta frasecita “Hey parceró” mientras que alguien por acá “Guarda de seguridad, buenos días, sería tan amable”, son gente muy amable y así mismo uno tiene que ser con ellos, además porque uno como guardia es como una de las imágenes del mall o del centro comercial [...]tú llegas a un centro comercial y ¿Dónde vas a llegar a pedir la información? siempre la persona que se ve es al guarda, al vigilante que haya por ahí.

### **Fabián (50 años)**

Nuestro último sujeto entrevistado fue Fabián, también guardia de seguridad, un hombre firme y reservado, características que según afirma las trae consigo desde el ejército en donde durante diecisiete años fue soldado antiguerrilla. Esta misma experiencia en la milicia del ejército de Colombia influyó en su perspectiva sobre su uniforme que representa y garantiza según él la seguridad dentro del espacio del mall La Frontera, pues cuando habla de su uniforme lo hace siempre con un orgullo digno de un servidor de la patria. También se reconoce a *sí mismo* dentro de su rol de guardia de seguridad, como la imagen del mall, siente que sobre su cargo recae la construcción social que las personas foráneas de hacen del lugar:

[...]En los centros comerciales, nosotros somos como la imagen del centro comercial y de

la empresa, entonces por eso uno tiene que portar el uniforme a toda hora impecable, bien vestido, organizadito, oliendo a bueno, cosa que la gente cuando vaya a donde uno, uno no esté sucio, mal presentado, oliendo a todo menos a bueno[...] entonces esa persona no se va a ir con una impresión buena mía, pero si esa persona que me llegó a mí, yo le hablo con respeto, con el uniforme bien organizadito y oliendo a bueno ¿Qué va a decir? “Este vigilante está en lo que está” y me va a devolver el trato de respeto y cordialidad y haciéndome sentir que realmente tengo una autoridad y respeto dentro de mi puesto de trabajo.

[...] Es cierto que el uniforme también es un peso, porque es un símbolo de responsabilidad y además porque tu dejas de ser una persona X o Y para convertirte en la imagen de algo [...] pero si en verdad a usted le gusta esto, porta el uniforme con elegancia, lo hace respetar [...] este uniforme para mí es igual como si tuviera mi ropa civil, lo quiero igual como quiero mi ropa civil, por este uniforme yo soy quien soy, por este uniforme me van a respetar a mí.

Con los últimos testimonios que brinda Fabio, se puede poner en evidencia la forma en que al otorgarle un significado de símbolo a un aspecto del vestuario, este cambia la percepción de la vida que tiene el sujeto y no solo eso, sino que le brinda una nueva identidad al sujeto alrededor de una marca o local de servicios comerciales.

A partir de los relatos que hicieron los sujetos de sí mismos y de sus diferentes experiencias con el vestuario, se pueden realizar y destacar de algunas afirmaciones que hay que tener en cuenta a la hora de entender de dónde viene la perspectiva de un sujeto, para poder entender cómo carga de significado su vestuario y rol, y el significado que finalmente le otorga a las interacciones, para validarlas o no.

Es importante destacar las diferentes experiencias que han constituido al sujeto en la búsqueda de un estilo particular que les identifique, además de experiencias donde el sujeto por medio de su vestuario ha hecho parte de una imagen colectiva o institucional, puesto que estas experiencias como se ha podido evidenciar, marcan la vida del sujeto de tal manera que se convierten en una guía para su futura experiencia con el vestuario, ya sea para seguirla como para tomarla de referencia para hacer y elegir lo contrario. Dentro de estas experiencias que ayudan a construir una experiencias con el vestuario también se encuentra la influencia de las enseñanzas familiares, o en general del medio social que más influya al sujeto a la hora de ser una brújula de cómo actuar “adecuadamente” en sociedad.

Ejemplo de ello es el caso de Laura, que a raíz de la forma en que vivía su vestir en un momento de su vida, empezó a cuestionarse más sobre lo que estaba comunicando con su vestuario, y tomando como punto de partida esa experiencia toma distancia y decide pensar otras formas de expresión mediante el vestuario. Esta es una experiencia compartida con Fabián, en quien manifestó que si bien el hecho de quitarse su uniforme si genera un cambio en la percepción de sí mismo, por las funciones y acciones que le implican el uniforme, esto no hace que cambie drásticamente su experiencia con el vestuario, puesto que aplica la misma corporalidad y puesta en escena que cuando usa su uniforme, pues ha interiorizado tanto los códigos que sugiere la uniformidad en instituciones de seguridad y militares que se convirtieron en su guía para su vestir cotidiano.

Por otra parte también es evidente la constante alusión a lo que los sujetos denominan como *buen vestir*, siendo este *buen vestir* un conjunto de acciones y elecciones de los sujetos frente a la conformación de un vestuario que presente una *armonía estética*, en cuanto al contraste de colores, texturas, particularidades de las prendas, accesorios y relación con las ocasiones de uso.

Cabe destacar algunas generalidades que se pueden establecer frente a las consideraciones que un sujeto tiene a la hora de elegir un vestuario particular para *sí mismo*. Primero tenemos el aspecto de la preparación y especialidad del atuendo elegido para asistir al mall, aquí hay que aclarar que hay dos posiciones, quienes trabajan en el mall afirman que el atuendo requiere preparación, y quienes lo visitan como un lugar cotidiano para hacer diligencias no lo consideran de esta manera, rigiéndose por parámetros de versatilidad, comodidad y estilo, y no por elegancia, formalidad o imagen como sí lo hacen quienes trabajan el mall.

Pero estas posiciones no se dan así solo porque unos representan una imagen de un lugar y su actuar está más moderado por su rol de trabajadores, si no que aquí también intervienen aspectos que dan cuenta de relación de clases y distinción, partiendo de que el mall es un espacio dispuesto para suplir las necesidades de clases altas de la ciudad. Ya allí hay un componente de espacio en clave de juegos de clase, en donde se constuye un imaginario tanto del espacio como de las personas que lo habitan, generando en los trabajadores del mall, que son personas que no pertenecen a esos grupos de élite, esta necesidad de preparar el vestuario en pro de lograr una aceptación y legitimación por parte de estas personas que esperan unas formas particulares en que las personas interactúen con ellos.

Es necesario destacar las implicaciones que tiene sobre los sujetos la noción de imagen o fachada colectiva, como la nombra Goffman (1959). Esta vivencia con el vestuario impacta la percepción que los sujetos tienen de sí mismos, en la medida que sienten que en ellos recae la responsabilidad de comunicar la imagen propia y de la colectividad que representa, conllevando así a que el sujeto sienta una transformación de sí mismo cuando cambia su vestuario, ya sea de un estilo a otro, o con el porte de un uniforme a ropa propia del sujeto.

Ahora sobre las diferentes experiencias que han hecho que los sujetos tengan la perspectiva

que tienen frente al espacio en donde se encuentra el mall La Frontera, es importante la comparación constante que hacen los sujetos de dicho espacio con otros de la ciudad, o ese mismo espacio en otros momentos temporales, es decir para poder explicar las características de un lugar los sujetos recurren a primero determinar lo que no es ese lugar para luego, con estos valores opuestos dar a entender lo que sí consideran que es. Un ejemplo es la constante comparación de esta zona de El Poblado o La Frontera con la mirada que se tiene sobre el centro de la ciudad, u otros lugares que el sujeto frecuenta y le sean familiares.

Frente a las características de la zona de La Frontera que los sujetos destacan desde sus experiencias y testimonios, una de las más notorias es la referente al tema de movilidad y transporte de las personas en dicha zona, expresando que si bien es una zona a la cual es fácil acceder en buses de transporte público y hay varias rutas, en la cotidianidad, se ven más bien pocos buses en comparación con la cantidad de carros particulares: “Casi no hay buses porque la gente tiene su carro, incluso mira que el metro no es que llegue como tal por acá, porque por ejemplo en el centro te deja en todo el centro, en cambio acá todo es lejos de las estaciones”. (Laura, aprox. 23)

Estos aspectos de la forma en que las personas de la zona de La Frontera y El Poblado se movilizan, también se ven mediadas y relacionadas con las percepciones de los sujetos de zona costosa y de estrato alto como lo afirma Laura, entre otros sujetos “me parece que es un sector *pupy* de la ciudad, de estrato alto porque es donde vive gente de plata”. Es entonces vivido y frecuentado por gente de mucho dinero, un espacio donde no va todo el mundo y donde las personas tienen la capacidad económica de movilizarse mayormente en automóvil.

También se destaca la cercanía y el ahorro de tiempo que significa acudir al mall para algunas personas: “Tú no tienes que hacer grandes desplazamientos para encontrar algo que



finalmente en el mismo sector lo encuentras” (Victoria, aprox. 37)

Otro aspecto que ha sido muy repetitivo, y parece haber un consenso entre todos los sujetos, es el de la percepción que los sujetos tienen frente a las élites, cómo son, quiénes hacen parte y cómo lucen, dado que se ha mencionado como un factor que puede influir para algunos sujetos a la hora de pensar en la apariencia de sí mismos, y en la idea de que el espacio del mall La Frontera es frecuentado por estas personas de alto poder adquisitivo, y que la zona en general está dispuesta para ellos.

Al hablar los sujetos, de personas adineradas o pertenecientes a la élite de la ciudad de Medellín, destacan algunos objetos que usan en su indumentaria, su forma de vestir y que esta por lo general es acertada, discreta y armoniosa:

Se ven cosas caras, por ejemplo a mí que me gustan los relojes se ven hombres con relojes muy bonitos y caros, las señoras con sus bolsitos de cuero como a la mano [...] no me imagino gente vestida así en el centro, porque les halan el bolso, en cambio por acá que es más seguro y más vigilado lo pueden usar, aunque alguien de por acá vaya al centro no van a andar con un bolso o el celular en la mano, si lo hace va a llamar la atención, porque nadie más lo hace, porque se sabe que no es seguro. (Laura, aprox. 23)

Siendo estas premisas sobre cómo se ven las élites una guía para los sujetos que no pertenecen a ellas, para intentar emular su apariencia y estar desde su perspectiva *bien vestidos* y ser aceptados socialmente, aparecen estrategias para entrar en este código. Aún sin poseer ni gastar la cantidad de dinero que sí podrían gastar las élites, se abre una posibilidad con la facilidad y gran comercio de la estética, el vestuario y la apariencia que hay en la ciudad de

Medellín, que le ofrece a sus residentes una amplia oferta y así las personas que no pertenecen a las élites sentirse seguras de que su apariencia no será rechazada:

Si usted no tiene dinero, puede buscar la manera de aparentar lo que usted no tiene, tan fácil como ir a un almacén con su cédula y decir: mirá quiero esta chaqueta que vale 300mil, estos zapatos que valen 300mil, este jean [...] y lo comprás, fiado o lo que sea, pero lo comprás y te lo ponés y pasás como que, tenés todo el dinero. (Laura, aprox. 23)

Este comentario, en apariencia despistado, nos habla de la economía global y el capitalismo contemporáneo, donde el sujeto se cree libre en tanto accede al consumo de todo tipo de bienes, la ilusión de incorporación al sistema, en un sistema mundo en el que del otro lado, se encuentran las maquilas y sistemas de explotación de mano de obra.

Para los sujetos tener *buen gusto* y estar *bien vestido* primero que todo hace referencia al orden y limpieza con la que se porta un vestuario, dentro de ese orden cabe decir una armonía estética que ya habíamos mencionado más arriba, en donde no haya una ruptura en una línea de colores o entre prendas identificadas para usos totalmente diferentes en un solo vestuario, como zapatos elegantes de cuero y pantaloneta, o jean y tenis para el vestuario de un cargo administrativo.

Los sujetos tienen una tendencia a explicar sus percepciones del mundo, principalmente las que están tan interiorizadas que les es un tanto difícil explicar de manera desapercibida, en oposiciones y recurriendo a ejemplos. Una de esas generalizaciones que hacen en sus relatos es el tema del *buen vestir*. Si bien hay opiniones bastante claras sobre lo que es un *buen vestir* en el apartado anterior, mientras estas se emitían había la necesidad de explicar y desde luego

preguntar por esos elementos que constituían lo contrario, un mal vestuario producto de un mal gusto, siguiendo la línea del gusto como algo bueno.

Algo muy particular que plantearon algunos los sujetos frente al tema del gusto fue el aspecto de la conciencia para vestirse y construir una apariencia. Esta conciencia no necesariamente está ligada a una preparación o un vestuario que se salga de lo cotidiano o lo casual del vestir, si no encajar en los valores que hacen parte del buen vestir, estar ordenado, limpio y sin recargar la indumentaria, este hecho es ligado a una idea de buscar lo mejor para sí mismo:

[...] La gente, mucha gente, no lo ve así, osea: ¡Es que yo me compro las cosas, como salgan y a mí me gusta y como quede! ...] No sé si vos te querés, si vos te aprecias, si vos te amas ¿Por qué como ser así con vos? Noo, si yo me quiero, si yo me amo, si yo me aprecio, lo mejor para mí [...] A veces quizá hasta la ropa la llevan bien pero unos peinados, un maquillaje exagerado [...] extensiones que se le nota la mitad del pelo y la otra que es desteñida” [...] la gente plástica, que se le ve la uña postiza y que ¡Ay no, no, no, no! Una extravagancia, porque llegan al punto de la extravagancia, que me parece pues como, ¡Como no! (Laura, aprox. 23)

Por otra parte dentro de las características de un mal o buen vestuario se resalta la percepción de una imagen de cuerpo que contribuye a consolidar una idea de buen o mal vestir, es decir, si bien las características antes mencionadas de las prendas, las cuales son sobrias, constituyen en gran medida dicha categoría, también la forma como finalmente se presente el cuerpo también va a ser de gran influencia:

Yo me coloco el short, pero me coloco, [...] encima un chalis, o sea que de cierta manera, yo estoy, descubierta, pero, no estoy vulgar, no estoy, por ejemplo ¿Qué va ir en

ombliguera? no, o sea, no, no, no. Osea el short y la ombliguera, déjelo en la costa [...] la idea es buscar como un equilibrio en las prendas y en cómo estas lucen o destapan el cuerpo en cierta medida [...] entonces de manera que no me vea yo como descubierta, y eso sí, en la medida de lo posible, si no son unos zapatos que me cubran pues los dedos, todo el pie para equilibrar [...] es que si usted está mostrando algo de su cuerpo (...) debe ser muy sutil, en cambio yo pienso que la gente es muy vulgar, para vestir porque se pone unos shorts que se le están viendo todas las piernas, su nalga en su esplendor, blusa de tiritas y unas sandalias, o sea, ¡No! (Laura, aprox. 23)

Por último tenemos la percepción e influencia de la moda en la experiencia estética de los sujetos a través del vestuario en una ciudad como Medellín considerada la capital de la moda para el país. Para los sujetos la moda representa más bien una guía para el vestuario, presentando generalidades de las prendas nuevas que produce, los colores en tendencia, las texturas que se podrían combinar y demás aspectos, una especie de vitrina de exposición de cosas nuevas que los sujetos deciden elegir adoptar y significar a su vivencia particular; se le da más valor a este proceso de elecciones del sujeto que da cuenta de un estilo propio: “La moda pasa pero el estilo queda y hay muchas personas que en su interior o en su pensamiento no tienen esa percepción, [...] no tienen un estilo definido” (Laura, aprox. 23) mientras que a alguna alienación y adopción total de los modelos que la moda presenta, se la considera estar uniformado y no tiene mayor valor, si bien no es un indicador para catalogar un *mal vestuario* no se logra el objetivo de vestirse para diferenciarse.

En cuanto a la relevancia que Medellín tenga como capital de moda a nivel nacional, a la hora de mediar la experiencia estética de los sujetos por medio del vestuario, se destaca por una parte la imagen de que los paisas son de características físicas bellas, y ello se consolida también

por medio de la indumentaria, con el *buen vestir* y por otra parte, el gran y amplio comercio de la apariencia que existe en la ciudad, permitiendo a las personas acceder fácilmente a prendas y objetos de todo tipo de presupuesto y gusto:

Ropa bonita hay en todas partes, lo que pasa es que acá el comercio de la ropa es mucho más extenso, entonces por eso uno dice, bueno no me gustó nada acá, entonces me voy pa' este lado, pa este otro. (Catalina, aprox. 33)

A demás se le atribuye al carácter cambiante de la moda una suerte de democratización del vestir y del gusto (Lipovetsky, 1990), en donde hay tanta variedad de prendas, modelos y estilos en el mercado que hace mucho más fácil que los sujetos accedan a elementos de moda para incorporar en su vestuario de forma más rápida que en otros lugares del país. La pregunta de carácter político ecológico que no podríamos responder acá, son las determinantes sociales desde las que se puede hablar de ese acceso.

Un último aspecto que vale la pena destacar de la percepción que tienen los sujetos sobre la moda, es que esta no está claramente identificada en términos de que accedan a ella solo las élites, o que sea un claro ejemplo de distinción entre clases, como propone Simmel, sino que es la expresión del gusto en la configuración que cada sujeto hace de su vestuario la que habla de una distinción social. Aunque algo que si sigue los planteamientos de Simmel es el carácter homogeneizador que posee la moda y la necesidad de cada individuo de que su apariencia sea aceptada dentro de su contexto cotidiano, pese a que ello signifique transformar la percepción que se tiene de *sí mismo*.

## **CAPÍTULO 4: CONCLUSIONES FINALES**

Finalmente en este capítulo responderemos la gran pregunta que nos convoca ¿Cómo influye el vestuario en la legitimación simbólica de los roles cotidianos puestos en escena en el mall La Frontera de la zona sur de la ciudad de Medellín? La respuesta a esta pregunta nos lleva a la discusión de tres aspectos que convergen aquí: la relación entre la legitimación de un rol y el papel que tiene el vestuario en esta acción, la construcción social del espacio y las personas que lo habitan, y la relación entre el vestuario, la espacialidad y las ocasiones de uso.

### **1. ROLES PUESTOS EN ESCENA**

Para iniciar, se pueden hablar de dos roles generales: el que corresponde al de los visitantes y clientes del mall y el de trabajadores. Cada rol implica una actuación y construcción de fachada determinada, en donde el sujeto indica a su interlocutor, a través de la interacción, que realmente posee los atributos que corresponden a su rol.

El rol que encarnan los clientes del mall La Frontera es un poco más amplio en la medida que su actuación esperada no es muy específica. La actuación que debe realizar o representar un sujeto dentro del mall para indicar que es un cliente o visitante, diferente a un trabajador del mismo, no es una sola y la legitimación de su rol no depende mucho de las acciones que realice, sino más bien de la apariencia con la que se presente allí. Una forma de delimitar la actuación de los sujetos que encarnan el rol de visitantes es encasillando el rol de cliente ligado al servicio que esté utilizando, de esta manera tenemos que el rol y por ende su actuación, se subdivide en el servicio o lugar en donde se presente.

Los roles de visitantes o clientes son de cinco tipos: clientes que acuden a servicios deportivos en el gimnasio; quienes buscan acceder a los servicios de salud y belleza en los diferentes salones de belleza y centros estéticos; quienes recurren a los servicios financieros y comerciales en cualquiera de los tres bancos o en la oficina de cambio de divisas o los otros establecimientos de comercio; quienes asisten a reuniones que tienen cabida en los locales de comida o en el área administrativa y finalmente, quienes visitan el mall con intereses sociales más de tipo recreativo.

Estos diferentes roles, ocupados por los variados clientes del mall, son más evidenciados por parte de los sujetos desde su apariencia estética y el vestuario que, desde acciones propiamente dichas. Sin embargo se podrían mencionar algunas acciones que denotan un rol de cliente dentro del mall además del vestuario como su ingreso a uno de los servicios que ofrece el mall, y su interacción con quienes trabajan en el lugar al que entra.

De quienes llevan el rol de trabajadores del mall, se esperan por su parte actuaciones más homogéneas, en la medida que los trabajadores dentro del contexto del mall son considerados como un canal por el cual el mall se proyecta y presenta hacia sus clientes y visitantes. Pero aun así, dentro de este rol de trabajador del mall se presentan diferentes variaciones y especificaciones, estas también ligadas al cargo y tipo de función que el trabajador desempeña dentro del mall. Se puede hablar de cinco roles dentro del mismo rol de trabajador, los cuales son: trabajadores que laboran prestando servicios deportivos en el gimnasio, del área de salud y belleza, del sector financiero y comercial, del área ejecutiva y administrativa, y por último quienes ofrecen el servicio de seguridad y vigilancia, las veinticuatro horas en el mall.

## 2. EL VESTUARIO Y LOS ROLES

Erving Goffman, desde finales de los años cincuenta, propuso que considerando la vida cotidiana de los sujetos como puestas en escena, las interacciones cotidianas de los sujetos vienen a ser actuaciones en donde ellos encarnan diferentes roles que le son dados durante la interacción específica en un lugar específico, y que para una óptima representación de dicho rol, se hace uso de medios estéticos y discursivos que ayudan a consolidar una apariencia coherente del sujeto con el papel que interpreta, ante sí mismo y el público (Goffman, 1959, p. 13). Dentro de esos medios estéticos y discursivos se encuentra el vestuario.

Aquí nos preguntamos por si ¿El vestuario influye en las interacciones cotidianas? Y ¿Cómo esa influencia ayuda a legitimar un rol del sujeto? Podemos afirmar que el vestuario no solamente influye en las interacciones de los sujetos, sino que el papel que juega dentro de la interpretación que un sujeto hace de un rol es sumamente relevante, puesto que es un elemento que presenta y habla del sujeto y advierte a sus interlocutores de su intención en un lugar antes de que este pronuncie una palabra. Lo podemos evidenciar en el caso de los visitantes del mall, en donde es su forma de vestir la que legitima y expresa el rol que está ocupando el sujeto, más que las propias acciones; aquí el vestuario es quien habla de cierta manera por el sujeto más que sus mismas acciones o palabras que complementan su actuación.

Si bien ya se dijo que el vestuario en efecto influye en las actuaciones de los sujetos y su posterior legitimación, falta hablar sobre cómo es que se da dicha legitimación, es decir qué es lo que indica que el rol del sujeto ha sido legitimado y validado. Dicho factor que da cuenta de ello es la acción que se genera en el sujeto que lee la actuación (Mead 1972) y puesta en escena. Si en el sujeto que lee la actuación hay una acción que modifica y adapta su actuación a la del sujeto



que observa, ahí reside el éxito y legitimación de una actuación en las interacciones de la vida cotidiana y esa acción también es el significado que tiene para los sujetos el objeto en cuestión que es en este caso el vestuario.

### **3. ALGUNAS CONSIDERACIONES FINALES SOBRE EL ESPACIO**

Sobre el espacio y su construcción social, se puede concluir que si bien el vestuario es fundamental a la hora de interpretar y darle legitimidad a un rol, lo fundamental de acuerdo a la información obtenida, para articular y elegir las determinadas prendas que conforman un vestuario es la idea que se tiene de un espacio y cómo socialmente se entiende que un sujeto está adecuadamente presentado para dicho lugar.

Dentro de la construcción social del espacio, en este caso particular interviene la percepción que se construye no solo del espacio en tanto a lugar geográfico sino también a las dinámicas que alberga, y las personas que principalmente lo habitan. Se hace aquí fundamental la relación entre clases sociales, tratándose de un espacio que se encuentra, según los sujetos, en una zona de prestigio, que demanda gastos económicos elevados, por tanto quienes la habitan pertenecen a una clase de élite.

Cabe resaltar además la construcción y percepción espacial que se consolida desde un proyecto económico que busca crear una forma de vivir el espacio que le favorezca, esto siguiendo los planteamientos que hace David Harvey (2014), sobre la construcción espacial que realiza el capital en pro de su supervivencia y reproducción, aquí Harvey expone aspectos que se evidencian en el tipo de espacio que es el mall La Frontera, un espacio diseñado exclusivamente para la acción comercial y capitalista. Un lugar que hace parte de un modelo que busca la

anulación o por lo menos disminución del espacio mediante el tiempo que se gasta en atravesar dicho espacio, dado que el tiempo representa dinero que se podría estar utilizando en la acción comercial. Harvey habla también de un diseño urbanístico y residencial que acompaña este modelo, en donde se crean distintos centros urbanísticos en la ciudad y aglomeraciones residenciales entorno a la acción económica. Esto puede llegar a guardar relación con la creciente urbanización que tuvo la zona de la Frontera después de ya construidos distintos mall en esta misma zona. Sin embargo, esta creciente urbanización, según lo investigado en otras fuentes, responde también a una alta migración de nuevos residentes pertenecientes a nuevas élites económicas al sector de El Poblado de Medellín y Zúñiga de Envigado.

## BIBLIOGRAFÍA

- Blumer, Herbert. (1969). El interaccionismo simbólico: perspectiva y método. Editorial Hora S.A. Barcelona- España
- Bourdieu, Pierre. (2002). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. México: Taurus. Pp. 97-113.
- Croci Paula, Vitale Alejandra. (3ª ed.). (1992). Los cuerpos dóciles. Hacia un tratado de la moda. Editorial: la marca editora. Buenos Aires- Argentina.
- Delgado Ruiz, Manuel. (2000). Disoluciones urbanas. Procesos identitarios y espacio público. Ed. Universidad de Antioquia, Medellín.
- Goffman, Erving. (1959). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Amorrortu editores. Buenos Aires- Argentina.
- ENWISTLE, Joanne. (2002). El cuerpo y la moda. Una visión sociológica. Capítulo 2. Teorías sobre la moda y el vestir. Paidós S.A. Buenos Aires.
- Harvey, David. (2014). Diecisiete contradicciones del capital y el fin del neoliberalismo. Traficantes de sueños. Madrid- España.

- Hernández López, Sebastián (2012). Jóvenes, identidad y moda indumentaria en Yarumal. Una aproximación a la construcción de la identidad juvenil a partir de la moda indumentaria. Tesis de pregrado trabajo social, Universidad de Antioquia, Colombia.
- Lipovetsky, Gilles. (1990). El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas. Ed. Anagrama, Barcelona.
- Mead, George Herbert. (1926) La Naturaleza de la Experiencia Estética. Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social, [S.l.], abr. 2001. ISSN 1578-8946. Disponible en: <<http://atheneadigital.net/article/view/n0-mead/6>>
- Mead, George Herbert. (1972). Espíritu, persona y sociedad. Paidós, Buenos Aires, 3a ed. Trad. de Florial Mazía.
- Murillo López, Lina María. (2010). El atuendo en la construcción de lo psicosocial: una lectura desde George H. Mead. Tesis de pregrado psicología, Universidad de Antioquia, Colombia.
- Oquendo Gonzales, Adriana Yulieth/ Gómez Gómez, Sara Eliana. (2013). Reconfiguración de la élite empresarial de Medellín (1970,2013), tesis de pregrado sociología, Universidad de Antioquia, Colombia.

- Peñaloza Mazuera, Edna Raquel. (2006). La identidad y la lucha simbólica a través del vestuario. la música y el lenguaje de los asistentes al parque del poblado de la ciudad de Medellín (Colombia), Tesis de pregrado antropología, Universidad de Antioquia, Colombia.
  
- PERALTA, Jaime Andrés. 2001. Los paisajes que han tejido nuestra historia. Evolución histórica del entorno ambiental y social de El poblado. Fondo editorial Universidad EAFIT. Cielos de Arena.
  
- Piazzini Suarez, Carlo Emilio (2004). Los estudios socioespaciales: hacia una agenda de investigación transdisciplinaria. Revista RegionEs ISSN 1692-939X. Medellín-Colombia.
  
- Schwarz Ronald. (1976) Hacia una antropología de la indumentaria: caso de los guambianos. *Revista Colombiana de Antropología*. Vol. XX, Instituto Colombiano de Antropología, Bogotá.
  
- Simmel, Georg (1905) La moda. En: *Cultura femenina y otros ensayos*.

- Velázquez Villa, Hernán Darío. (2013). Dinámicas de producción y consumo de bienes culturales desarrolladas por personas agrupadas en el movimiento músico-cultural del heavy metal de las comunas 15 y 16 de la ciudad de Medellín. Tesis de pregrado antropología, Universidad de Antioquia, Colombia.

## **CIBERGRAFÍA**

- <http://medellintespera.blogspot.com/p/mapa-de-medellin-con-barrios-y-comunas.html>
- <https://www.medellin.gov.co/geonetwork/srv/spa/catalog.search#/metadata/d4abdc63-7e2f-4702-97b4-6cbd18e671f0>
- <https://www.facebook.com/LaFronteraMall/photos/a.10150309401612599.353931.78329537598/10155973656622599/?type=3&theater>