



Consumo cultural: análisis de imagen del vestuario del personaje *Beth Harmon* en la serie *Gambito de dama* para examinar su intención comunicativa

Trabajo de grado para optar el título de Comunicadora

Laura Susana Granados Celis

<https://orcid.org/0000-0002-3979-2581>

Asesores:

Carlos Mario Cano

<https://orcid.org/0000-0002-0262-527X>

Eduardo Domínguez Gómez

Facultad de Comunicaciones y Filología, Universidad de Antioquia

Pregrado en Comunicaciones - Módulo VII

17 de septiembre de 2021

Hoja de aceptación

El presente trabajo que tiene como *título Consumo cultural: análisis de imagen del vestuario del personaje Beth Harmon en la serie Gambito de dama para examinar su intención comunicativa*, fue presentado el día 01 del mes de octubre del 2021, como requisito para optar el título de Comunicadora, dado por la Universidad de Antioquia y fue aceptado por el director y cuerpo docente de la Facultad de Comunicaciones.

Nombre de los asesores

Eduardo Domínguez Gómez

Historiador

Carlos Mario Cano Ramírez

Psicólogo - Mg. Ciencia Política - Ph. D Ciencias Humanas y Sociales

Docente Diseño de Vestuario UPB

Agradecimientos

A mis asesores, Carlos Mario Cano y Eduardo Domínguez
por su acompañamiento, sabiduría y paciencia en el proceso.

Tabla de contenido

Resumen	5
Abstract	6
Introducción	7
Capítulo 1: Teórico	12
Capítulo 2: Metodológico	18
Capítulo 3: Hallazgos	23
Conclusiones	42
Bibliografía.....	45

Resumen

La moda y los cambios cíclicos en los modos de vestir no actúan solamente como fenómenos estéticos y de consumo, sino que, además, traen consigo luchas políticas por las construcciones de sentido en torno a los valores sociales de los cuerpos, las sexualidades y los géneros que suponen un devenir identitario.

Desde luego, plantear los modos de vestir desde una dimensión discursiva, ha implicado asumir la relevancia de los usos del lenguaje como práctica significativa y generadora de efectos de sentido. Es por esto que el tema de esta investigación radica en el vestuario como elemento comunicativo para la narración de una historia, cargado de signos que a la luz de la interpretación de estos decodifican información social, cultural, política y económica.

Para el estudio, se realizó un muestreo, que se caracterizó por elegir ciertos documentos por su relevancia o contenido con valor para el tema de investigación. El segundo método que se usó fue el análisis de imagen. tomando sus niveles contextual y compositivo.

La finalidad de esta investigación es analizar cómo el vestuario comunica los cambios en la subjetividad del personaje *Beth Harmon* en la serie de *Netflix Gambito de Dama*.

Palabras clave: comunicación, color, moda, semiótica, signo, vestuario.

Abstrac

Fashion and cyclical changes in dressing styles do not just act as aesthetic and consumer phenomena. They also bring political struggles to the table because of the constructions of meaning around the social conceptions of bodies, sexuality, and gender that suppose an identity transformation.

Of course, proposing the ways of dressing from a discursive dimension has implied the assumption of the relevance of language's use as a signifying practice and a generator of meaning effects. That is why the subject of this research lies in the wardrobe as a communicative element for the storytelling, loaded with signs that, in the light of their interpretation, decode social, cultural, political, and economic information.

For the study, a documentary sampling was carried out and characterized by choosing certain documents for their relevance or content. These are taken into consideration because they have value for the research topic. The second method used was image analysis, understanding that images are composed of information regarding what they are trying to communicate, taking the contextual and the compositional level.

The purpose of this research is to analyze how the costume can communicate changes among the subjectivity of the character Beth Harmon on the Netflix series Queen's Gambit.

Keywords: communication, color, fashion, semiotics, sign, wardrobe.

Introducción

La moda vestimentaria se puede considerar como un proceso de comunicación no verbal. Cada día al elegir qué ponernos -o no- y con cuál atuendo vamos a afrontar el día, se está tomando una decisión consciente o inconsciente, que lleva consigo una serie de códigos y signos que transmiten un mensaje. Este mensaje que se representa mediante elementos identitarios de las personas, evidencia sus gustos, intereses y consumos que aun partiendo de lo económico también son consumos culturales.

Este proceso de comunicación no verbal pasa a ser un intercambio de códigos que pueden ser decodificados en género, clase social, edad, grupo social, entre otros. Pretendiendo dar un mensaje de quién se es como sujeto social y a la espera de una interpretación desde la validación o el rechazo de esa producción estética puesta en escena en el propio cuerpo; ya que la indumentaria de moda se constituye en una segunda piel.

Gambito de dama, la mini serie de Netflix, estrenada el 20 de octubre del 2020, está basada en la novela de 1983 escrita por Walter Tevis, el guion fue realizado por Scott Frank y el director es Allan Scott y la diseñadora de vestuario alemana Gabriele Binder. La serie recibió dos premios Globo de Oro: Mejor miniserie y Mejor actriz de miniserie.

La historia ficticia trata sobre la vida de una huérfana llamada Beth Harmon que a temprana edad muestra interés por el ajedrez. En la trama de la historia se evidencia la evolución de su personalidad expresada a través del vestuario, apoyándose en él como elemento narrativo.

El vestuario, como parte de la dirección de arte de una pieza cinematográfica, juega un rol muy importante como elemento comunicativo con la audiencia. Este tema se ha abordado desde teorías del diseño del vestuario, el lenguaje audiovisual, el vestuario escénico, pero no se ha analizado bajo el lente de la teoría crítica de la comunicación. El tópico de esta investigación pretende abordar el fenómeno del vestuario como elemento que comunica, por esto se formuló la siguiente pregunta: ¿Cómo desde los consumos culturales el vestuario es un elemento comunicativo en el personaje Elizabeth Harmon, en la serie *Gambito de dama*?

Como hipótesis a la interrogante se propone que a través del vestuario se comunican elementos que evidencian de forma clara el cambio en la subjetividad de los sujetos, en el caso de esta investigación, del personaje ficticio *Beth Harmon*, a tal punto que puede realizarse una lectura de la evolución del personaje analizando el vestuario.



Collage elaborado con imágenes de Google fotos

La problemática presentada se pretende resolver a partir de un objetivo general que busca analizar el vestuario como elemento comunicativo desde los consumos culturales. Para darle cumplimiento se establecen tres pasos a manera de objetivos específicos que se enuncian de la siguiente forma:

1. Reconocer la relación social, por tanto, práctica y cultural entre la comunicación y el vestuario con la industria del consumo cultural.
2. Evidenciar cómo el equipo de dirección de arte refleja en el vestuario el cambio de la subjetividad del personaje *Beth Harmon*.
3. Examinar la intención comunicativa de la diseñadora de vestuario *Gabriele Binder* en los atuendos de la serie *Gambito de dama*.

Para dar respuesta a lo planteado, se realizó una búsqueda en bases académicas, entre los años 2016 y 2020 en la ciudad de Medellín, Colombia. Parte la búsqueda con la interrogante: ¿qué se ha dicho sobre el fenómeno comunicativo a investigar, y la selección de categorías como: Vestuario, cine, narrativa, comunicación.?

Para la relación entre comunicación y vestuario – vestuario como elemento comunicativo – comunicación a través del vestuario, no se encontraron resultados en la ciudad de Medellín, Colombia, entre los años mencionados.

Sin embargo, el vestuario ligado a otros términos sí arrojó resultados, se encontraron textos de la Universidad Pontificia Bolivariana que hacen referencia desde lo cinematográfico y los medios digitales.

Una de estas investigaciones es *Poder & Liberación* por Barrero y García, en (2017). En esta investigación se planteó el vestuario como una manifestación de poder, siendo así el cuerpo el protagonista de ciertos signos y símbolos capaces de comunicar la posición del individuo, que puede ser autodeterminada o subyugada. Las películas que analizaron fueron: *Mustang* (2015), *Cisne negro* (2010) y *Tierra extraña* (2016), con la finalidad de evidenciar la construcción de la identidad femenina y sus imaginarios. Se seleccionó esta investigación porque utilizaron como metodología, análisis de imagen y como complemento, análisis del discurso.

Otra de las investigaciones tomadas en cuenta en esta revisión fue *Contando historias desde el vestuario. La magia del proceso creativo y el oficio del diseñador*, realizada por Mónica Franco en el 2017. Esta se plantea que el vestuario se convierte en un ayudante de la narración cinematográfica. En este caso mencionan que el vestuario se convierte en la segunda piel del actor y el diseñador del vestuario se torna en un creador de personajes, de la mano de las intenciones del director y el departamento de arte. Asignándosele así una función narrativa al vestuario. Se tomó esta investigación por el abordaje conceptual de moda, vestuario y personaje.

Entendiendo así para motivos de esta investigación, que el vestuario se vuelve una extensión comunicativa de lo intrapersonal de un individuo. Llevándolo a una exteriorización de códigos y símbolos explícitos de libre lectura para los otros.

Por último, otra investigación tomada en cuenta para este estado del arte fue *Vestuario expandido: el cuerpo-vestido en el performance digital* escrito por Ronderos, en el 2017. Planteándose un concepto de vestuario expandido, que se pueda comprender y aplicar creando mayor nivel de conciencia sobre la manera en la que los cuerpos-vestidos se encuentran

sumergidos adentro de un contexto dinámico y medial, que en su mayoría ha sido estudiado desde la disciplina del arte.

Sus conceptos principales fueron: Cuerpo-Vestido, Diseño Crítico, Estéticas expandidas, Performance Digital. Es aquí donde nos interrogamos, ¿si hay un contexto medial, por qué no ha sido estudiado desde la disciplina de la comunicación? Tras la revisión de estos diferentes trabajos investigativos, se vislumbraron definiciones sobre vestuario, poder, cuerpo, narrativa. Pero en ningún momento se ve evidente el abordaje conceptual desde una teoría comunicativa.

La importancia académica de estudiar este fenómeno radica en que la moda desde su dimensión comunicativa es capaz de percibir y narrar los momentos históricos, las construcciones socioculturales de modernidad y postmodernidad ya que ella misma lleva auestas un cúmulo de información. *El vestido habla* de Nicola Squicciarino, destaca el valor simbólico del vestido y su estrecha relación con la comunicación no verbal, teniendo mensajes implícitos en este que pueden ser decorativos, psicológicos, culturales, de atractivo sexual, identificación grupal, exhibición de status o rol.

Es relevante investigar estos temas, que tienen relación con el cuerpo, el individuo y la subjetividad. Merleau-Ponty dice: “ser una conciencia o, más bien, ser una experiencia es comunicar interiormente con el mundo, el cuerpo y los demás, ser con ellos en vez de ser al lado de ellos” (1993) Con esta investigación se pretende, abrir un tópico diferente en la facultad de Comunicaciones de la U de A y crear consciencia de que el vestuario no está fuera de nuestro campo de comunicadores, tanto en la vida profesional, como en la vida personal porque hasta para vestirnos tenemos que ser estrategas.

Capítulo I: Comunicación, moda y consumo cultural ¿Qué tienen en común?

Para este trabajo se han estudiado y analizado algunas teorías, conceptos, investigaciones, artículos y monografías nacionales e internacionales relacionadas con este tema de manera interdisciplinaria, ya que la comunicación es transversal a todos los saberes. Como resultado se decidió basar la investigación desde la teoría crítica para abordar la definición de los conceptos que harán parte de este trabajo de grado.

Esta teoría tuvo su origen en el Instituto de Investigación Social de la Universidad de Fráncfort del Meno, los autores más representativos fueron: Theodor Adorno, Walter Benjamin, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Jürgen Habermas, Oskar Negt o Hermann Schweppenhäuser, Erich Fromm, Albrecht Wellmer, Axel Honneth., entre otros. Según Mauro Wolf, la originalidad de estos autores consiste en abordar temáticas propias del contexto social, como la industria cultural, conflictos sociales o sociedad industrializada. Según Rusconi “A través de los fenómenos superestructurales de la cultura o del comportamiento colectivo, la "teoría crítica" intenta penetrar el sentido de los fenómenos estructurales, primarios, de la sociedad contemporánea, el capitalismo y la industrialización” (1968, p. 38).

Se ha planteado que en la era de la industria cultural el sujeto ya no es autónomo, en esta época del consumo de contenidos culturales digitalizados, al instante y globalizados, se podría evidenciar más la adhesión acrítica a los valores impuestos. En esta, los procesos comunicativos se encuentran mucho más segmentados e impuestos, dejando al consumidor sentir que está tomando decisiones, pero en realidad las opciones se configuran en un top diez de contenidos o de las tendencias, lo más visto según el país en que se encuentre. Esto se evidencia en plataformas como Netflix, Spotify, YouTube, entre otras.

Para entenderlo más, Wolf dice “la individualidad es sustituida por la pseudoindividualidad: el sujeto se halla vinculado a una identidad sin reservas con la sociedad.” (1987, p. 98.) De entrada, ya la comunicación no verbal queda convertida en información no verbal, porque la industria cultural la des-subjetiva, esto quiere decir que se pueden descifrar los

códigos, pero no pertenecen estrictamente al sujeto portador del vestuario, sino al “sistema de la moda”, según lo explicó Barthes.

La investigación crítica se interesa por aquel material que no tiene acceso a la comunicación de masas, a las ideas que no ven la luz o son rápidamente descartadas por no ser lo suficientemente atractivas para la audiencia, esas ideas que representan un riesgo a la hora de generar ganancias frente al capital invertido.

Para el marco conceptual de esta investigación se abordarán los conceptos de *comunicación, moda, semiótica, signo, vestuario y color*, abordados por la mirada de diferentes autores.

La omnipresencia de la Comunicación

De acuerdo con Martín-Serrano, la comunicación “se especializa en el estudio de los comportamientos expresivos y está incluida en el más amplio marco del análisis de los actos” (1990, p. 94), así pues, se gesta dentro de esta ciencia una categoría que deviene cualquier realidad debido a su universalidad: “la información”. Y es debido a su omnipresencia que podemos generar reflexiones desde cualquier área del conocimiento, pues como un “bien de uso generalizado” (Martín-Serrano, 2006, p. 97) permite, en este caso, trasegar desde un análisis crítico, la comunicación a partir de su relación con la moda.

Ahora bien, inmersos en las pautas e intercambios culturales propios de la globalización y el mundo digital podemos hablar de “la sociedad de la información” (Teramo, 2006, p. 86). Aquí, se levanta una dimensión en la que los arquetipos seducen las subjetividades o las invitan a la rebeldía, pero siempre desde algún referente para su ruptura o apropiación.

Eso, dependiendo de las asimilaciones que tengan los individuos sobre las “mediaciones que articulan las prácticas de comunicación con las dinámicas culturales y los movimientos sociales” (Martín Barbero, 1990, p. 9), los actores y actrices sociales consumimos, digerimos y reproducimos contenidos que nos hacen sujetos políticos y nos ubican en un género, grupo etario, estrato social, grupo étnico, etc. Categorías que germinan y expresan la identidad. “Tocamos así el suelo de la escena postmoderna y del movimiento que des-territorializa las identidades y refunda el sentido de las temporalidades. La inscripción de la comunicación en la cultura ha dejado de ser

mero asunto cultural pues son tanto la economía como la política las concernidas directamente en lo que ahí se produce” (Martín-Barbero, 1990, pp. 16-17).

Manifestaciones de la moda

Asimismo, transitamos hacia la moda como elemento material que a su vez es lenguaje en la medida que expresa y debe interpretarse. Medina afirma que:

La moda lo atraviesa todo (...) sus innovaciones pueden afectar las manifestaciones lingüísticas, los usos de la lengua, las formas de convivencia, los temas de discusión, las opciones políticas o ideológicas, el imaginario, las preferencias del gusto, las inclinaciones artísticas o intelectuales, cualquiera de las aspiraciones e inquietudes que laten en el seno de los sistemas sociales y de las culturas (2008, p.13).

Dicho esto, la moda desde su dimensión comunicativa es capaz de percibir y narrar los momentos históricos, las construcciones socioculturales de modernidad y postmodernidad ya que ella misma lleva a cuevas un cúmulo de información. Entendido por Lipovetsky:

Desde ese punto de vista, la moda no es tanto signo de ambiciones de clase como salida del mundo de la tradición; es uno de los espejos donde se ve lo que constituye nuestro destino histórico más singular: la negación del poder inmemorial del pasado tradicional, la fiebre moderna de las novedades, la celebración del presente social (1990, p.11).

Esta salida de signo de ambiciones de clase, está permeada por la democratización de la misma, “el look funciona a la carta” Lipovetsky, G. (1990, p.161), esta democratización hace que se pierdan singularidades y se adquiera identidad, identidad que se conforma por características que agrupan que pueden venir de los looks, estilos, tendencias atravesadas por la temporalidad y el contexto social. La moda se convierte así en la representación de los gustos, el estilo de vida, del sentido de pertenencia, “la lógica *cool* ha invadido el espacio de la moda. Se ha reducido el símbolo jerárquico en favor del placer, la comodidad y la libertad” (Martínez, 2006, p. 190).

Vestuario, nuestra segunda piel

Lo que compete de la moda para esta investigación es el vestuario como una práctica que tiene estrecha relación con el cuerpo situado en el tiempo. Entendiendo así que “el vestido es, como ninguna cosa, objeto histórico y sociológico” (Barthes, 2005, p. 348). El vestuario es así una forma en la que los cuerpos se vuelven sociales, adquieren sentido e identidad, y se vuelve vehículo expresivo de la cognición y subjetividad. Entendido por Lipovetsky:

Una renovación del vestuario regida cada vez más por lo que gusta, pero también por el deseo de «cambiar de piel». Hay muchas mujeres que no lo ocultan, y no compran tal o cual artículo porque esté de moda o porque lo necesiten, sino porque están desmoralizadas, porque se deprimen y porque quieren cambiar su estado de ánimo. Al ir al peluquero o al comprar aquí o allá, tienen la sensación de «hacer algo», de convertirse en otras, de rejuvenecer, de darse otra oportunidad (1990, p. 168).

Convirtiéndose en un elemento de comunicación no verbal que lleva consigo la transmisión de signos representados en colores, formas, texturas, escotes, cintas, volúmenes, alturas, amplitudes, que al ser decodificadas transmiten el mensaje creado con o sin intención por el individuo.

Color

En el libro *Psicología del color* (2010), Eva Heller, plantea que los colores se utilizan con una finalidad ya que estos mismos tienen un significado, siendo así una herramienta de comunicación. “Quien nada sabe sobre los efectos universales y el simbolismo de los colores, jamás podrá emplearlos adecuadamente” (Heller, 2010, p.20). También plantea que hay una relación entre los colores y los sentimientos, y se vuelven significantes regidos por elementos culturales.

Semiótica

La semiótica es la encargada de estudiar el mundo de los signos, cómo funcionan, cómo se producen. Siendo utilizada generalmente como herramienta de análisis de la “comunicación de masas” y es así como se le muestra en algunos de los manuales u obras que plantean las diferentes

líneas de estudio que se han generado en el campo académico de la comunicación (Fiske, 1984; McQuail, 1991; Wolf, 1987).

Dicho en palabras de Eco “Comunicarse es usar al mundo como aparato semiótico” (1976, p. 90), que considera que la semiótica es una lógica de la cultura que funciona de acuerdo a los procesos de interpretación de grupos sociales. Esta reconstruye la producción de fenómenos sociales y culturales asignándoles un sentido.

La mirada semiótica es una mirada intersticial que busca las razones del sentido en el interior de las redes discursivas de la sociedad. Todo acto de discurso que se produce al interior [SIC] de la comunicación masiva pone en juego elementos de la sociocultura, opera sobre factores de base de la semiosis social (Medina, 2009, p. 12).

Para lograr esta mirada hay que entender que las redes discursivas de la sociedad están compuestas por signos atravesados por un contexto y unas temporalidades.

Signo

El signo es un elemento material (un significante) y un elemento cultural (un significado). Entonces podría entenderse al signo como un objeto material que remite a una idea cultural. Según Medina, el signo está compuesto por cuatro características:

1. Debe tener una forma física que se pueda percibir por los sentidos. Debe referirse a algo diferente de sí mismo.
2. Debe representar, hacer presente el objeto de forma indirecta (sin ponerlo delante), remitiendo el sujeto a él.
3. Debe ser utilizado y reconocido por las personas como un signo.
4. El signo existe para un sujeto y una comunidad que lo emplean para comunicarse (2009, p.20).

Por lo tanto, el signo no es una construcción individual, el signo significa si el otro es capaz de entenderlo. Es una construcción en colectivo, “socialmente estructurado y mediado. Es una producción cultural, es una creación social que le precede al individuo” (Medina, 2009, p. 21).

Capítulo II. Vestuario, elemento narrativo

Para abordar esta investigación se escogió el paradigma crítico, que apuesta por la transformación social desde la liberación de los individuos implicados en la realidad social. Estos sujetos mantienen un diálogo colectivo y reflexivo constante (Ricoy, 2006). El enfoque de este proyecto es de corte cualitativo, porque permite comprender, explorar y describir los fenómenos desde los significados producidos por los participantes. Será de alcance descriptivo.

Las imágenes, y específicamente los outfits de Beth Harmon, protagonista de la serie Original de Netflix *Gambito de Dama* son tomadas como datos que se analizan a la luz del enfoque cualitativo. Esto de la mano del paradigma interpretativo que permite leer y narrar estos outfits, partiendo del contexto histórico de la serie, de las características que moldean la personalidad y el carácter de Harmon y de la historia misma de la miniserie.

Para el análisis de vestuario se seleccionaron cinco vestuarios en cinco momentos diferentes de la historia. Se seleccionaron estas cinco imágenes porque evidencian un cambio en la subjetividad del personaje, vehiculizado a través del vestuario. El análisis de los elementos comunicativos de estos, parten de un contexto histórico determinado que bien puede oscilar entre los años 50's y 60's, entendiendo que cada década arrastra tras de sí los rezagos finales del decenio anterior y los inicios del siguiente.

No obstante, la indumentaria de moda y los estilos que se crean a partir de su mezcla ecléctica, son, a su vez, una herramienta comunicativa que usa el cuerpo como canal de narración de los procesos contraculturales y los culturales, de las épocas. Haciendo de la gramática visual de la indumentaria de moda una extensión corporal que sintetiza la estética del inconsciente colectivo. Usándola también como performance crítico queriendo incomodar el statu quo estético, establecido por los límites de la cultura.



Collage de fotos recuperadas de Google fotos

Para dar respuesta al objetivo número uno, reconocer la relación social, práctica y cultural entre la comunicación y el vestuario con la industria del consumo cultural, se utilizó como método el análisis documental. El referente teórico principal, en el que se basó la metodología escogida, fue *Un modelo para investigación documental* (2000) por Hoyos, la revisión documental, se encuentra bajo el paradigma cualitativo, en este la observación del contexto de manera holística predomina en el proceso constructivo del conocimiento.

La muestra para este método se centra en la selección de cuatro libros: *Diagnóstico de la tragedia de la cultura moderna* (Georg Simmel, 1993); *La moda comunicación o incomunicación* (Margarita Riviere, 1977); *Abuso sexual y vestimenta sexy* (Duncan Kennedy, 2016) y *Divinas, modelos, poder y mentiras* (Patricia Soley Beltrán, 2015).

Como instrumento se creó una matriz de análisis documental la cual se vincula a la categoría de *moda* propuesta desde el marco teórico, de la que surgió el rastreo de tres variables en los textos seleccionados que son *función política, social y comunicativa* del vestuario.

Para dar respuesta al segundo objetivo, evidenciar cómo el equipo de dirección de arte refleja en el vestuario el cambio de la subjetividad del personaje *Beth Harmon*, se utilizó como método el análisis de imagen, entendiendo que las imágenes están conformadas por información referente a lo que trata de comunicar según Javier Marzal Felici en *Análisis de la imagen fotográfica* (2005).

Por este motivo desde el nivel contextual se toma para analizar en las imágenes la categoría de *color* que plantea que los colores se utilizan con una finalidad ya que estos mismos tienen un significado, siendo así una herramienta de comunicación, como lo plantea, Eva Heller en su libro *Psicología del color*.

Desde el nivel compositivo se toma el *recorrido visual, la pose, la narrativa* que surgen como variables a la categoría de *comunicación* planteada desde el marco teórico como: “el estudio de los comportamientos expresivos y está incluida en el más amplio marco del análisis de los actos” (Martín Serrano, 1990, p. 94).

Desde el nivel interpretativo se analizó la mirada del personaje que sigue siendo una variable de la categoría de *comunicación* pues esto hace parte de la comunicación no verbal entendida por Flora Davis como: “la comunicación no-verbal parece ser parte del espíritu de nuestro tiempo; de la necesidad que mucha gente siente de volver a ponerse en contacto con sus propias emociones” (2004, p. 6).

Por último, la categoría de análisis *vestuario*, que surge desde la concepción de una forma en la que los cuerpos se vuelven sociales, adquieren sentido e identidad, y se vuelve vehículo expresivo de la cognición y subjetividad, entendida desde el marco teórico.

	Imagen 1	Imagen 2	Imagen 3	Imagen 4	Imagen 5
Variables					
Color	<p>PALETA DE COLORES</p> <p>La paleta de colores de esta imagen, está muy guiada a los colores tierra, tonos grises y dos tonos beige. Estos colores hacen parte tanto del vestuario como de la escenografía, son armónicos entre ellos. Sin embargo, el color del cabello del personaje se usa como elemento de atracción de atención hacia ella. La iluminación de la imagen está un poco sobre expuesta, con tonos de luz más blancos indicando que se encuentran en la hora del mediodía. Hay una ligera entrada de luz desde la esquina izquierda y ella se encuentra en contraste a la otra entrada potente de luz en la parte de atrás. Esta paleta de colores conlleva a la escasez a un nivel que se pasa de la tranquilidad a la tristeza.</p>	<p>PALETA DE COLORES</p> <p>En esta paleta de colores todavía se conserva una tonalidad marrón, para tener cierta coherencia estética. Pero hay otros colores que destacan en esta escena, el rosa y una variación de verde pastel, que aparecen a lo largo de la serie. El uso de diferentes colores que no son de la paleta principal (blanco, negro y beige) en Gambito de dama marcan los momentos de cambio, inestabilidad o pérdida de control dentro de la subjetividad del personaje. La iluminación de esta escena es un poco más cálida, provocando una sensación de confort dentro del hogar. Sin embargo el uso del color en el espejo en esta escena está asociado a la pérdida y al luto, según la psicología del color de Eva Heller el negro de protección de estados emocional externo. Crea una barrera entre la persona y el mundo exterior que provee comodidad mientras protege emociones y sentimientos, escondiendo vulnerabilidades e inseguridades.</p>	<p>PALETA DE COLORES</p> <p>En esta paleta de colores entre los marrones y el gris, el uso de estos dan una sensación de un ambiente clásico. También hay un mayor predominio el color beige. Por supuesto que lo tendrá ya que en esta toma se encuentran en París, el término beige se empezó a utilizar en Francia alrededor del año 1850, y luego se popularizó en el resto del mundo. Este color denota calma y equilibrio. En el contexto del vestuario es considerado un color elegante, lujoso o sobrio. El color de su cabello, hace juego con el color de su lujuria. Al igual que el color de sus uñas están pintadas de un tono de beige que combina con el de su piel y vestido. La iluminación de esta escena es fría transmite seguridad y tranquilidad.</p>	<p>PALETA DE COLORES</p> <p>Los colores del fondo siguen variando entre marrones y grises, siendo consistentes con la coherencia estética. La iluminación es muy fría, hay cierta triteza, y también nos ubica en la nubosidad de la temporada climática. La paleta de color acá varía específicamente en los colores empleados en el vestuario. Como se había mencionado anteriormente durante la serie en los momentos que la paleta de color del vestuario de Beth cambia es cuando ella se siente fuera de sí, en un abuso usualmente de diferentes sustancias. El amarillo de su suéter y el verde menta pastel, nos remiten al color de sus pastillas, a sus cuables es actriz desde la infanz.</p>	<p>PALETA DE COLORES</p> <p>En esta paleta de colores se pierde el predominio de los colores tierra, para pasar a tener un predominio de los tonos grises y el blanco como gran protagonista de la escena. Esta paleta de colores nos ubica en el invierno, sintiendo la ausencia de calidez en la imagen. El blanco comprendido desde muchas culturas lleva consigo el significado de paz y armonía. En la ropa el blanco puede denotar poder y estatus social alto.</p>
Recorrido visual	<p>En primer plano, una mujer, su rostro revela enfado ante un hombre que vea estrafado con los pies empujados. Un salón de mediana elegancia en donde, parece, se ofrece un coctel o se sirven bebidas. Al fondo, dos ventanas cubiertas por cortinas recogidas, frente a las ventanas, una mesa con varias botellas y algunos elementos usados para servir licores. Detrás de la mesa se aprecia al barman o tal vez un mesero.</p>	<p>En plano general, se encuentran dos personas, sentados en la sala. Están riendo, se sienten cómodos. La sala tiene una típica decoración de una casa clase media de final de los años 40s e inicio de los 50s, pues la decoración de la casa no se encuentra a la vanguardia con las tendencias de los 50s que es el año donde están ubicados. Se puede apreciar el papel tapiz floral, con cortinas rígidas conformadas por diversos pliegues, muebles color verde azulado, alfombra con patrones de arabesco. El recorrido visual en esta escena es amplio y el foco se centra en los dos personajes en un ambiente íntimo.</p>	<p>El tipo de plano en esta escena es americano, se centra en ella como recorrido visual principal. Pero también se le da énfasis al tablero de ajedrez que se encuentra detrás de ella, en el cual se ven los últimos movimientos de la partida que acaba de ganar. Los elementos que acompañan la escena están enfocados, un jardín de personas, aunque se encuentra en un lugar muy elegante de París en donde se realiza el comportamiento en el que ella participa.</p>	<p>En un plano medio corto, el recorrido visual se centra completamente en el rostro de Beth, haciendo énfasis en el cambio de su maquillaje.</p>	<p>Esto es un plano general abierto, se ve both de pies a cabeza, y su entorno claramente en un parque en temporada de invierno. Ella en su traje blanco es el centro de atención de esta toma.</p>
		En esta imagen podemos ver la pose del			

	Imagen 1	Imagen 2	Imagen 3	Imagen 4
Variables				
Color	<p>PALETA DE COLORES</p> <p>La paleta de colores de esta imagen, está muy guiada a los colores tierra, tonos grises y dos tonos beige. Estos colores hacen parte tanto del vestuario como de la escenografía, son armónicos entre ellos. Sin embargo, el color del cabello del personaje se usa como elemento de atracción de atención hacia ella. La iluminación de la imagen está un poco sobre expuesta, con tonos de luz más</p>	<p>PALETA DE COLORES</p> <p>En esta paleta de colores todavía se conserva una tonalidad marrón, para tener cierta coherencia estética. Pero hay otros colores que destacan en esta escena, el rosa y una variación de verde pastel, que aparecen a lo largo de la serie. El uso de diferentes colores que no son de la paleta principal (blanco, negro y beige) en Gambito de dama marcan los momentos de cambio, inestabilidad o pérdida de control dentro de la subjetividad del personaje. La iluminación de esta escena es un poco más</p>	<p>PALETA DE COLORES</p> <p>En esta paleta de colores entre los marrones y el gris, el uso de estos dan una sensación de un ambiente clásico. También hay un mayor predominio el color beige. Por supuesto que lo tendrá ya que en esta toma se encuentran en París, el término beige se empezó a utilizar en Francia alrededor del año 1850, y luego se popularizó en el resto del mundo. Este color denota calma y equilibrio. En el contexto del vestuario es considerado un color elegante</p>	<p>PALETA DE COLORES</p> <p>Los colores del fondo siguen variando entre marrones y grises, siendo consistentes con la coherencia estética. La iluminación es muy fría, hay cierta triteza, y también nos ubica en la nubosidad de la temporada climática. La paleta de color acá varía específicamente en los colores empleados en el vestuario. Como se había mencionado anteriormente durante</p>

Captura de panta, matriz de análisis de imagen

El método para el tercer objetivo, “examinar la intención comunicativa de la diseñadora de vestuario Gabriele Binder en los atuendos de la serie *Gambito de dama*”, se centra en un análisis semiótico de imagen, el referente de este método de análisis es la mirada semiótica de Federico Medina Cano (2009) en este se propone un análisis del objeto desde su función productiva social, su función comunicativa, y la funcional, al mismo tiempo un análisis del entorno y la cultura que rodea al objeto.

Debido a esto surgen las variables mencionadas anteriormente para la categoría de *semiótica* entendida desde el marco teórico como una lógica de la cultura que funciona de acuerdo

a los procesos de interpretación de grupos sociales. Esta reconstruye la producción de fenómenos sociales y culturales asignándoles un sentido.

La estrategia de este método se basó en leer el libro propuesto, en diseñar y crear la matriz de análisis semiótico, analizar cada fotograma y completar la matriz con la información correspondiente.

Capítulo III: Hallazgos

Introducción

Los hallazgos durante el proceso de esta investigación, conformado por un análisis de imagen y análisis documental, se separaron por objetivos específicos en relación con el criterio de análisis que le corresponde. Para dar respuesta a este objetivo general hay que responder cada objetivo específico primero. En total los hallazgos encontrados fueron siete.

1. Reconocer la relación social, práctica y cultural entre la comunicación y el vestuario con la industria del consumo cultural.

Variable función social: se puede identificar a través del vestuario, que se constituye en su indicador.

Hallazgo 1: el vestuario implica aceptación o rechazo social.

Ejemplo: En esta imagen se puede evidenciar, el rechazo por parte de las compañeras de clase del personaje Beth Harmon, al ser recién adoptada y llevar la ropa que su madre adoptiva le compró en una tienda de descuentos, y no concordar con el estilo y las tendencias que siguen sus compañeras.



Imagen recuperada de Google fotos

Según lo encontrado en los cuatro textos analizados en la matriz documental, se llegó a este hallazgo. El vestuario implica aceptación o rechazo social, los autores de la muestra dicha anteriormente, mencionan reiterativamente que la moda agrupa y a la vez hace sentir al individuo una ilusión de diferenciación al sobresalir través de la indumentaria, pero sintiéndose parte de una comunidad.

Esto se relaciona con la industria del consumo cultural, desde la perspectiva de García Canclini (1999) donde estableció seis modelos desde un enfoque economista, para acercarse a una explicación del consumo cultural. El primer modelo consumo como fuerza para el motor laboral, el segundo consumo como competición de clases, el tercero como lugar de diferenciación social, el cuarto como sistema de integración cultural, el quinto como expresión de deseos y el sexto consumo como ritual.

En este caso el modelo número dos se relaciona con el hallazgo: “Consumo como lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social. El consumo es visto como un escenario de disputa por aquello que la sociedad produce y la manera en que los usa” Canclini (1999, p. 26).

En este caso, desde la dirección de arte de la serie se empieza a insinuar cómo el vestuario servirá como elemento conductor de la historia, en esta escena y en este momento de la trama, Beth no pertenece, está afuera del grupo social, se la observa como algo raro:

Hallazgo 2: el segundo hallazgo de este análisis documental, parte de que la prenda tiene una serie de signos que son capaces de mostrar la adquisición de status social y económico.

Ejemplo: En el siguiente fotograma se puede observar su progreso social y económico. Las personas a su alrededor la admiran, su prenda de vestir denota clase y poder adquisitivo en relación con los materiales de los abrigos de los otros. Completamente opuesto a la imagen anterior.



Imagen recuperada de Google fotos

El código de vestuario regula a los individuos en la sociedad. Según Margarita Riviere en *Moda ¿comunicación o incomunicación?* (1977), el vestuario tiene una dimensión social que indica la posición o el lugar que ocupa un individuo en la sociedad. Debido a la capacidad económica en el consumo de las prendas de vestir, su calidad, la posibilidad de estar acorde con las tendencias e incluso tener un buen sentido estético.

Esto se relaciona directamente con la industria del consumo cultural y sus implicaciones en la formación de las ciudadanías, los estilos de vida y la formulación de las políticas culturales:

La moda hoy es el gran rito de la cultura de masas: sin saber casi ni cómo ni por qué, miles de personas del llamado mundo occidental aceptan, sin apenas cuestionar discusión o reflexión, la mágica e irracional dictadura del cambio periódico de vestimenta (Riviere, 1977, p. 17).

De modo que, para pertenecer a un colectivo social, es necesario el acatamiento de normas culturales y de comportamientos. En este sentido el código de vestuario se vuelve parte del sistema de normas a seguir para ser un legítimo integrante de determinada cultura.

Variable función política:

Hallazgo 3: La prenda de vestir trae consigo unos códigos que sirven para coaccionar a los individuos en sociedad, ya sea mediante la uniformidad (con el uniforme) o con la homogeneidad (de las tendencias) aunque estas tendencias también pueden servir para liberar y marcar nuevas tendencias.

Ejemplo 1: Este ejemplo corresponde a la uniformidad, presente en el orfanato, no solo en el vestuario también hay uniformidad en el corte del cabello.



Imagen recuperada de Google fotos

Ejemplo 2: este ejemplo corresponde a la homogeneidad creada por las tendencias de la industria, todas las compañeras de clase de Beth usan pantalones pitillos, y zapatos estilo bailarinas, siguiendo fielmente la tendencia del momento en el que se encuentran ubicadas.



Imagen recuperada de Google fotos

De acuerdo con la categoría de lo político se entiende que la moda y los cambios cíclicos en los modos de vestir no actúan solamente como fenómenos estéticos y de consumo, sino que, además, enmascaran la coerción impuesta a los individuos que conforman la sociedad. Como dice Georg Simmel en el *Diagnóstico de la tragedia de la cultura moderna* (1993) “hombres trajeados de la misma manera se comportan con cierta uniformidad” (p. 171).

Igualar al sujeto con los demás individuos, el vestuario facilita la integración dentro de un grupo, operando como un instrumento de la cultura para cohesionar socialmente, homogeneizar a la población y de esta manera ayudar a la construcción del ideal moderno de libertad. Dicho de otra forma, en *Cultura y Sociedad*:

(...) la cultura no era exclusivamente una respuesta a los nuevos métodos de producción, a la nueva Industria (...) se ocupaba de los nuevos tipos de relación personal y social (...) La idea de cultura hubiese sido más simple si hubiese sido [sic] sólo una respuesta al industrialismo, pero era, asimismo, sin lugar a dudas, una respuesta a las nuevas transformaciones políticas y sociales, a la democracia (Williams, 2001, pp. 16-17).

Hallazgo 4: se encontró un meta hallazgo que se centra en la mirada masculina para definir la apariencia, tomando dos vías:

Primera vía desde los códigos vestimentarios donde se plantea que la mirada masculina es la que da valor a lo glamuroso.

Ejemplo: aquí se evidencia lo dicho anteriormente, Beth siendo fotografiada por un hombre que la mira con ojos de, para un artículo de revista relacionado con el ajedrez.



Imagen recuperada de Google fotos

La producción de la estética femenina está constantemente intervenida por los deseos de los hombres. Otro elemento político de la industria de la moda es cómo mediante el vestuario se crea una homogeneidad del cuerpo desde la llegada del tallaje, sometiendo constantemente a la misma estética corporal, para poder ser parte de la industria del consumo. Duncan Kennedy afirma que:

El abuso se puede tildar de patológico, pero es omnipresente no solo para implementar normas patriarcales sino como medio de imponer identidades estereotipadas o "tradicionales" sobre las mujeres según los intereses de los hombres (2016, p. 49).

Los cánones estéticos radicales para conseguir una obediencia social. El poder desde el uso del vestuario, se instaura como el ente normativo entre lo que es posible y lo que no, en estas dos áreas.

Se ha conseguido imponer de nuevo el orden tradicional: la mujer debe ser "femenina", en el sentido más retrógrado del término, porque la actual estructura de la sociedad sigue necesitando de mujeres sumisas y alienadas (Simmel, 1993, p.91)

Segunda vía se plantea que lo glamuroso es sinónimo de banalidad, para la cultura patriarcal:

Ejemplo: acá se cuestiona su seriedad como ajedrecista debido a su sentido fashionista, a lo que ella responde con una sátira, ya que se hizo evidente que ese no es el tipo de pregunta que le hacían a los ajedrecistas varones



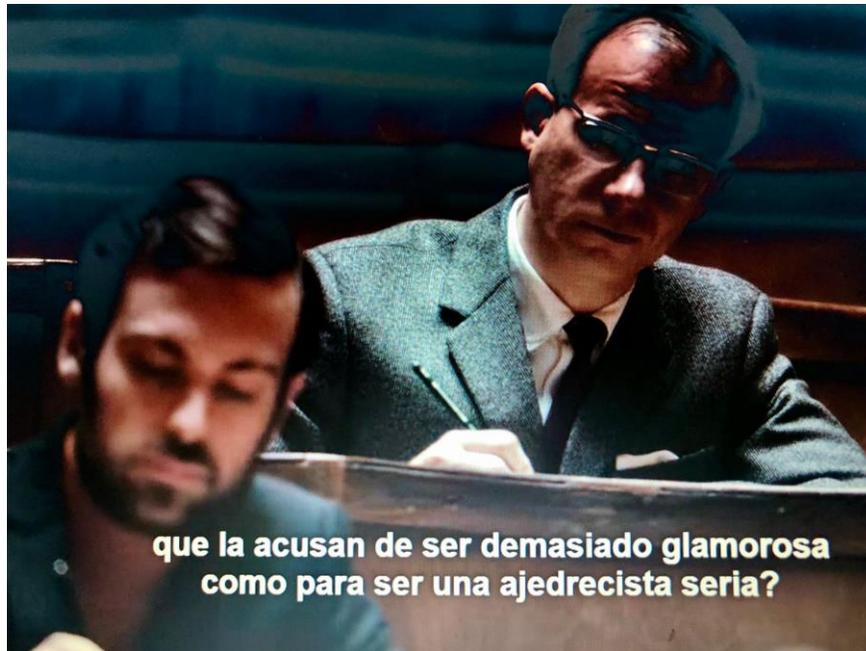


Imagen recuperada de Google fotos

Culturalmente se ve normal que las mujeres luzcan bien, estén maquilladas, arregladas y sigan las tendencias. Pero parece ser inconcebible que estas mismas mujeres que cumplen con los parámetros estéticos impuestos desde la cultura patriarcal puedan pensar, hablar y participar en diferentes sectores sociales. En las palabras de Patricia Beltrán en *Divinas, modelos de poder y mentiras* (2015):

A pesar de un breve duelo por el mando del descapotable, la representación de los roles de género sigue mostrando un reparto desigual de poder. Ella tiene el aspecto de un millón de dólares y se hace de oro instrumentalizando su belleza sobre una pasarela que la conduce un varón. Mientras, él consigue el millón directamente y hace el fetiche dorado de su poder adquisitivo (p.163).

Es una exigencia cumplir con ciertos parámetros estéticos, pero al mismo tiempo es una condena, pues al cumplir con ellos el valor intelectual de una mujer queda en segundo plano, casi inexistente.

2. Evidenciar cómo el equipo de dirección de arte refleja en el vestuario el cambio de la subjetividad del personaje *Beth Harmon*

Categoría comunicación:

Hallazgo uno: En este caso los brazos cruzados, en diferentes situaciones, acompañados de pequeñas variaciones, se vuelven un elemento representativo de su subjetividad, siempre a la guardia y siempre con una barrera protectora.

Ejemplo: Beth en diferentes escenas y momentos de la historia con la misma posición.



Collage de fotos con imágenes recuperadas de Google fotos

La comunicación no verbal es un elemento importante a la hora de narrar una historia, se encontró que uno de los elementos identitarios de la subjetividad del personaje está relacionada con su postura. Desde la autora Flora Davis en *La comunicación no verbal* se plantea que las personas tenemos un repertorio de poses limitadas, convirtiéndose en una firma personal:

Los brazos no constituyen el mensaje completo. Una inclinación de la cabeza, una sonrisa seductora, una pequeña inclinación de los hombros —en realidad tensiones corporales mínimas— y el efecto de los brazos cruzados, producirán un resultado muy diferente." (Davis, 1973, p. 50)

Categoría Traje

Hallazgo 3: desde la dirección de arte de la se utiliza el vestuario como elemento narrativo para dar cuenta de la estructura subjetiva del personaje Beth Harmon exteriorizando lo que sucede en su interior.

Ejemplos:



Imagen recuperada de Google fotos

Al ser este vestido y un tablero de ajedrez su primera compra, se expone la importancia que va a adquirir la moda en la construcción identitaria del personaje alrededor de su nueva vida profesional y poder adquisitivo. Su primera elección sigue la corriente del statu quo dentro de lo que se enmarca como sofisticado y moderno, mostrando así la transición a un nuevo entorno social en el que piensa desenvolverse de igual a igual o incluso destacar. El blanco y el negro nos remiten a los colores representativos del ajedrez. La camisa blanca con cuello smoking, doble botonadura y puños hacia arriba es perfecta para hacer énfasis en la fuerza y el empoderamiento gestado en el abandono de la figura del padre/esposo.



Imagen recuperada de Google fotos

La Beth que da vida a estos looks ha atravesado una movilidad social tipo montaña rusa. Mediante estos looks se expresa toda la actitud cosmopolita de este personaje ecléctico y su trasegar desde los juegos de sótano del orfanato a la vida con Alma en Lexington-Kentucky, en

los suburbios de la metrópolis neoyorquina entre juegos múltiples callejeros y de esquina y finalmente al glamuroso, romántico y clásico epicentro francés.

Desde Patricia Soley Beltrán (2015):

Al modelar la personalidad y el ánimo mediante productos, sumergimos nuestro cuerpo en una cultura de la apariencia y lo convertimos en una colección de signos a interpretar. Dado que la apariencia y la presentación se consolida como expresión del yo, las vestiduras se tornan señales del ser íntimo, un ser al que se accede por medio de productos (p. 193).

La versatilidad del personaje se puntualiza en la fluidez estética y vestimenta camaleónica que es una metáfora de su vida. La transición de sus atuendos cotidianos que, aunque informales eran minuciosamente prolijos, a trajes elegantes como el vestido beige con un patrón de cruz - negra- tan cuidadoso y limpio como su juego de ajedrez y los tableros, es precisa para simbolizar su jerarquía y estatus profesional. Para Soley Beltrán (2015):

La creencia en la apariencia personal como fuente de cambio personal y movilidad de clase consiguió que la moda pasara de ser una ocupación de la élite y las clases medias, a serlo también de las clases populares. La vida cotidiana se fue estilizando progresivamente y lo normal era *estar a la page* (p. 84).

Expresando a través de este vestido la percepción que tiene la protagonista sobre sí misma, sobre la sociedad de su época y su interacción con ella, desde su cuerpo de mujer ataviado con que dan un contundente mensaje no verbal que vislumbra la construcción de su propia identidad cimentada en su fuerza y talento.

3. Examinar la intención comunicativa de la diseñadora de vestuario *Gabriele Binder* en los atuendos de la serie *Gambito de dama*.

Categoría color:

Hallazgo: se utiliza el color en el vestuario como elemento semiótico para narrar los cambios en la estabilidad emocional del personaje.

Ejemplo 1: el uso del color verde menta en diferentes momentos de la serie está relacionado con la desestabilidad emocional y el uso de sustancias.



Imagen recuperada de Google fotos

La semiótica de la moda también marca un sentido colectivo y/o de individualidad, en este caso vemos cómo el maquillaje se alza como protagonista de este outfit y marca un punto de quiebre en contra de las convenciones sociales y de la ocasión de uso (trabajo/high school). Ya dentro del inconsciente colectivo de su nueva clase social, Beth enmarca su carácter y fuerza mediante un delineado de ojos tan intenso y dramático como es justamente su vida en ese preciso momento

La moda les ofrece la más afortunada combinación, por un lado, constituye un círculo de imitación general, navegando por los canales de la sociedad, por otro lado, da ocasión a distinguirse y subrayar la personalidad mediante un atuendo individual (Simmel, 1993 p.183)



Imagen recuperada de Google fotos

Ejemplo 2: colores neutros.



Imagen recuperada de Google fotos

Esta paleta de colores entre los marrones y el gris, da una sensación de un ambiente clásico. También hay un mayor predominio del color beige. Por supuesto que lo tendrá ya que en esta toma se encuentran en París. El término *beige* se empezó a utilizar en Francia alrededor del año 1850, y luego se popularizó en el resto del mundo. Este color denota calma y equilibrio. En el contexto del vestuario es considerado un color elegante, lujoso o sobrio permitiendo a los espectadores entender su estado emocional, en palabras de Patricia Beltrán:

Las superficies corporales exteriorizan y comunican mensajes importantes para la interacción social. Una mirada atenta revela que hay poco de trivial en ellas. Rutinariamente, las leemos como si de textos se tratara gracias a un alfabetismo visual adquirido que nos permite la clasificación de personas por medio de categorías, como el género, la edad, el grupo social, el

status dentro de un grupo social, la posición económica, la adhesión a principios religiosos o la ideología, entre otras (2015, p. 191).



Imagen recuperada de Google fotos

Consideraciones finales

Para tener consciencia de si se encontró una respuesta a la pregunta de investigación, se revisó el proyecto planteado, se evaluó la validez de la hipótesis y si se cumplieron los objetivos planteados.

¿Cómo desde los consumos culturales el vestuario es un elemento comunicativo en el personaje Elizabeth Harmon en la serie *Gambito de dama*?

Desde la perspectiva de los modelos de consumo cultural, el vestuario es un elemento de consumo que puede convertirse en escenario de competición entre clases sociales por los usos y las apropiaciones del mismo. En la serie *Gambito de Dama* se utiliza el vestuario para narrar la movilidad social de Beth Harmon a lo largo del tiempo, su escala de poder y de clase social se ve reflejado en su capacidad adquisitiva para comprar los mejores trajes de la época.

El consumo también se tiene en cuenta como lugar de distinción simbólica entre los grupos, produciendo diferencias entre los sujetos por la forma en que usan los objetos y no por su posesión. Desde la dirección de arte de la serie de *Gambito de Dama*, el uso del vestuario se convierte en una metáfora que simboliza los sueños y ambiciones de la protagonista, dentro de un marco hegemónico de lo femenino delimitado por la cultura.

Como hipótesis a la interrogante se propone que a través del vestuario se comunican elementos que evidencian el cambio en la subjetividad de los sujetos, en el caso de esta investigación, del personaje ficticio *Beth Harmon*, a tal punto que se realiza una lectura de la evolución del personaje analizando el vestuario.

La hipótesis planteada de esta investigación se validó a través del análisis de imagen donde se evidenció cómo a través del vestuario se conduce una narrativa que pone en evidencia los cambios en la estructura del personaje, el uso del color en el vestuario es un elemento semiótico que hace parte de este proceso.

El cumplimiento de los objetivos

Objetivo General

Analizar el vestuario como elemento comunicativo desde los consumos culturales en el personaje *Elizabeth Harmon* en la serie *Gambito de dama*.

El objetivo general sí se cumplió, dando respuesta a los objetivos específicos uno y dos, centrados en reconocer la relación de comunicación y moda con la industria del consumo cultural y en evidenciar cómo el equipo de dirección de arte refleja en el vestuario el cambio de la subjetividad del personaje *Beth Harmon*.

Objetivos específicos

Reconocer la relación teórica entre la comunicación y el vestuario con la industria del consumo cultural.

El cumplimiento de este objetivo específico se logró a través de una matriz de análisis documental, donde se rastreó la categoría de moda con las variables de función política, social y comunicativa del vestuario. Los textos que hicieron parte de este análisis fueron: *Diagnóstico de la tragedia de la cultura moderna* (Georg Simmel, 1993); *La moda comunicación o incomunicación* (Margarita Riviere, 1977); *Abuso sexual y vestimenta sexy* (Duncan Kennedy, 2016) y *Divinas, modelos, poder y mentiras*. (Patricia Soley Beltrán, 2015).

Evidenciar cómo el equipo de dirección de arte refleja en el vestuario el cambio de la subjetividad del personaje *Beth Harmon*. El cumplimiento de este objetivo se realizó mediante una matriz de análisis de imagen perteneciente a las categorías de comunicación, color y traje. Se rastrearon variables como la pose, la mirada del personaje, referentes estéticos, la narración, el traje. Examinar la intención comunicativa de la diseñadora de vestuario *Gabriele Binder* en los atuendos de la serie *Gambito de dama*.

Este objetivo podría decirse que se cumplió parcialmente, se realizó una matriz de análisis semiótico para entender la función productiva y funcional del traje situado en un contexto histórico. Se entiende que la intención comunicativa de la diseñadora es situar a los espectadores en los años sesenta, utilizando como referentes a los diseñadores o actrices icónicos de la época.

Referencias

- Barthes, R. (2005). *El sistema de la moda y otros escritos*. Buenos Aires: Paidós.
- Bigott Suzzarini, Belkis V. (2007). Consumo cultural y educación. *Revista de Investigación*. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=376140375004>
- Castells, M (1976). *La cuestión Urbana*. México: siglo XXI
- Davis, F. (1973). *La comunicación no verbal*. Editado y maquetado por FGS. Para la difusión de la cultura y sin ningún ánimo de lucro. Madrid a 14 de marzo de 2010.
- García Canclini, N (1999). *La Globalización Imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- García Canclini, N y Moneta, C. (1999). *Las Industrias Culturales en la Integración Latinoamericana*. Buenos Aires: EUDEBA
- Heller, E. (2004). *La psicología del color*. Editorial Gustavo Gili.
- Kennedy, D. (2016). *Abuso sexual y vestimenta sexy*. Buenos Aires, siglo veintiuno editores.
- Lipovetsky, G. (1990). *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona: Anagrama
- Lozano, J. (2000). Simmel: la moda, el atractivo formal del límite. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 89, enero-marzo.
- Lozano, J. (2005). Modas: diseña el tiempo. *Revista de Occidente*. # 290- 291, Julio-Ag
- Medina, F. (2009). *La mirada semiótica, la huella del hombre en los objetos*. Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín Colombia.
- Rancièrè, J., Fernández Lera, A., Centro de Arte de Salamanca., & Consorcio Salamanca. (2002). *La división de lo sensible: Estética y política*. Salamanca: Centro de Arte de Salamanca.
- Riviere. M. (1977). *La moda, ¿comunicación o incomunicación?* Colección Punto y Línea.
- Serrano, M. (1990). Orígenes de la epistemología de la comunicación. *Revista Telos*, Número 22. Madrid, España.
- Simmel, G. (2012). *Diagnóstico de la tragedia de la cultura moderna*. Ediciones espuela de plata.
- Torres, J. (2001). *Educación en Tiempos de Neoliberalismo*. Madrid: Morata